



**UNIVERSIDADE DO MINHO**  
**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS**

**LICENCIATURA EM GESTÃO HOTELEIRA E TURISMO**

# **RELATÓRIO DE ESTÁGIO PROFISSIONAL**

## **Departamento de F&B**

**ZULEICA FORTES DIAS**

**Mindelo, 2014**

**ZULEICA FORTES DIAS**

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO PROFISSIONAL  
DEPARTAMENTO DE F&B**

Relatório de Estágio Profissional para  
cumprimento dos requisitos necessários  
a obtenção do grau de Licenciatura em  
Gestão Hoteleira e Turismo da  
Universidade do Mindelo.

**Orientador: Mestre João Henrique Rêgo**

**Mindelo, 2014**

## **AGRADECIMENTOS**

Em primeiro de tudo começo por agradecer aos meus pais que sempre me incentivaram a que seguisse o mais longe nos meus estudos e sempre me apoiaram em tudo, também não poderia deixar de agradecer a toda a minha família principalmente as minhas tias que sempre se dispuseram a me ajudar no que fosse possível durante os meus estudos.

Não poderia deixar de agradecer o meu orientador Mestre João Henrique Rêgo por toda a disponibilidade, sugestões e críticas para que esse trabalho corresse da melhor forma. Agradeço também a todos os meus colegas e amigos que sempre dispuseram a me ajudar, também agradeço a todos os colaboradores do Hotel Foya Branca pela disponibilidade e pela forma como me trataram durante o estágio.

Um obrigado a todos.

## **RESUMO**

Este Trabalho de Conclusão de curso é referente a um relatório de estágio profissional que visa mostrar o funcionamento do Departamento de F&B dentro do Resort Hotel Foya Branca que está situado em São Vicente mais concretamente na praia de Santo André e também a sua caracterização de uma forma mais global, sendo constituído pela fundamentação teórica que serviu como suporte para o trabalho, e a descritiva onde se efectuou uma descrição detalhada das actividades desenvolvidas no Resort Hotel Foya Branca durante 3 meses dentro do departamento de F&B, começando por se fazer um breve historial sobre a entidade acolhedora, a sua evolução, estrutura organizativa e o funcionamento do departamento de F&B, depois segue-se a metodologia, a caracterização teórica do departamento e as tarefas realizadas durante o estágio e por fim faz-se referencia as áreas de identificação com o curso, a análise crítica do departamento e as dificuldades encontradas tendo no fim deste trabalho ter-se ficado com uma noção mais abrangente do funcionamento deste departamento, a sua importância dentro dos hotéis e obtido maiores competências para enfrentar o mercado de trabalho.

**Palavras-chave:** Planeamento, Gestão, Controlo, Alimentos e Bebidas

## **ABSTRACT**

This monograph is referring to a report of traineeship which aims to show the operation of the Department of F&B within the Resort Hotel Foya Branca situated in São Vicente in Santo André Beach and also its characterization of a more global, being constituted by the theoretical foundation that served as support for the work, and the descriptive where carried out a detailed description of the activities undertaken within the Resort Hotel Foya Branca during 3 months within the Department of F&B, starting with a brief history about the entity, its evolution, organizational structure and the functioning of the Department of F&B, then follows the methodology, the theoretical characterization of the Department and the tasks performed during the internship and finally makes itself references the areas of identification with the course the critical analysis of the Department and the difficulties encountered and at the end of this work have stayed with a more comprehensive notion of how does this Department, its importance within the hotels and obtained greater powers to tackle the job market.

**Keywords:** Planning, Management, Control, Foods and Beverages

ÍNDICE GERAL

AGRADECIMENTOS .....	III
RESUMO .....	IV
ABSTRACT .....	V
INTRODUÇÃO.....	1
CAPÍTULO I - APRESENTAÇÃO DA ENTIDADE ACOLHEDORA.....	3
1.1 Breve historial .....	3
1.2 Estrutura Organizativa.....	5
1.3 Relação do Departamento de F&B com as outras áreas .....	5
1.4 Departamento de F&B no Resort Hotel Foya Branca.....	6
1.4.1 Atribuições e responsabilidades da Assistente de Direcção .....	6
1.4.2 Economato .....	21
1.4.3 Cozinha.....	30
1.4.4 Restaurante .....	38
1.4.5 Bar .....	50
CAPÍTULO II – ATIVIDADES DESENVOLVIDAS .....	53
2.1 Metodologia.....	53
2.2 Caracterização Científica do Departamento de F & B .....	53
2.2.1 História da Hotelaria.....	53
2.2.2 Funcionamento do Departamento de F&B .....	55
2.2.3 Normas HACCP(Hazard Analysis Critical Control Points).....	75
2.2.4 Cardápio .....	80
2.3 Tarefas Práticas Realizadas .....	86
2.3.1 Economato .....	86

2.3.2 Cozinha.....	86
2.3.3 Restaurante .....	87
2.3.4 Bar .....	88
 CAPÍTULO III – APRECIÇÃO CRÍTICA.....	89
3.1 Áreas de Identificação com o Curso.....	89
3.2 Análise das Competências Adquiridas .....	89
3.3 Análise crítica do Departamento de F&B do Resort Hotel Foya Branca.....	90
3.4 Dificuldades Encontradas .....	91
3.5 Recomendações/Sugestões .....	91
 CONCLUSÃO.....	92
 BIBLIOGRAFIA .....	93
 ANEXOS .....	94

## LISTA DE TABELAS

<i>Tabela 1- Exemplificação de um caso prático .....</i>	<i>16</i>
<i>Tabela 2- Tabela de análise do índice de rentabilidade e popularidade.....</i>	<i>18</i>
<i>Tabela 3- Equipamentos e Utensílios do restaurante/bar.....</i>	<i>40</i>
<i>Tabela 4- Serviços prestados pelo Hotel Foya Branca.....</i>	<i>48</i>

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<i>Ilustração 1-Imagem do Hotel Foya Branca.....</i>	<i>3</i>
<i>Ilustração 2- Organigrama Geral do Resort HOTEL Foya Branca.....</i>	<i>5</i>
<i>Ilustração 3- Organigrama do Economato .....</i>	<i>21</i>
<i>Ilustração 4- Organigrama da Cozinha .....</i>	<i>32</i>
<i>Ilustração 5- Imagem do Restaurante do Hotel Foya Branca .....</i>	<i>38</i>
<i>Ilustração 6- Organigrama do Restaurante .....</i>	<i>41</i>
<i>Ilustração 7- Imagem do Bar/Snack-bar do Hotel Foya Branca .....</i>	<i>50</i>



## LISTA DE EXPRESSÕES TÉCNICAS

LAND VIEW	Vista para a terra
SEA VIEW	Vista para o mar
PACKAGES	Pacotes
MISE-EN-PLACE	Organização do trabalho
LAYOUT	Projecto
TWIN	Quarto com duas camas
ALLOTMENTS	Conjunto de quartos que são atribuídos a um operador
ECOSHIP	Economizador de energia
MAILING	Correspondência direccionada
FLYER	Panfleto publicitário
HAPPY HOUR	Tempo criado pelos hotéis para forçar a venda com base em descontos promocionais
PART-TIME	Trabalho temporário
RENT-A-BIKE	Aluguer de bicicletas

## **LISTA DE SIGLAS**

GHT	Gestão Hoteleira e Turismo
F&B	Food and Beverage (Alimentos e Bebidas)
HACCP	Hazard Analysis and Critical Control Point (Análise dos Perigos e Pontos Críticos de Controlo )
FIFO	First in First Out (Primeiro a entrar, Primeiro a sair)

## INTRODUÇÃO

De acordo com as normas estabelecidas no curso de Gestão Hoteleira e Turismo o aluno no final do curso tem como opção realizar uma monografia com um estágio de 1 mês ou um relatório profissional com um estágio de 3 meses. A opção escolhida foi realizar o estágio de 3 meses e no final elaborar o relatório profissional isto porque seria mais vantajoso na medida em que teria uma componente pratica maior o que é essencial para este curso. O estagio decorreu no Resort Hotel Foya Branca, mais especificamente no departamento de Food and Beverage (F&B) com a carga horária de 480h, sendo supervisionado pela Assistente de Direcção de F&B. O estágio abrangeu as áreas referentes ao Departamento de F&B, sendo eles o bar/restaurante, econmato, cozinha, tendo também permitido conhecer as práticas de planeamento e gestão de eventos, controlo de vendas e as práticas comerciais/marketing.

O departamento escolhido para essa pesquisa foi o de Food and Beverage (F&B) por ser muito relevante nas receitas de um hotel. Lidar com alimentos e bebidas na hotelaria é uma das actividades mais complexas e envolve custos relativamente altos se comparados á hospedagem. Segundo Castelli (2003, p. 293) “a área de Alimentos e Bebidas, dentro da estrutura organizacional e funcional do Hotel, é a mais complexa. Tem-se constituído num verdadeiro “calcanhar de Aquiles “para muitos administradores de hotéis, sobretudo porque, nessa área, as despesas com mão-de-obra são aproximadamente, 2,5 vezes maiores do que no sector de hospedagem, e a receita é 4 vezes menor, comparativamente com o mesmo sector. Face a esta situação, muitos hotéis têm optado pela terceirização desta área. Para muitos hotéis tem-se observado que a área de Alimentos e Bebidas é um negócio rentável, representando 40%, ou mais da receita do Hotel. Isso acontece na medida em que ela for dotada de excelente organização e controle, sob o comando de um excelente administrador.”

Durante o estágio foi feito o reconhecimento físico das secções, staff, equipamentos, a organização e a coordenação das práticas operacionais desde as mais elementares até à gestão e controlo em cada uma das áreas. Este trabalho consistirá na caracterização do Resort Hotel Foya Branca, aspectos, produção, e será concluído detalhando as actividades estabelecidas no plano de estágio profissional. Este relatório abrange as

áreas de Cozinha, Restaurante/Snack-bar, Compras, Económico, Acção Comercial do F&B.

## **Objectivos**

### **Objectivo Geral**

- ✚ Ter um contacto directo com as áreas de formação profissional consideradas no curso, com o intuito de conseguir no futuro uma integração mais fácil no meio profissional.

### **Objectivos Específicos**

- ✚ Executar, planear e controlar as práticas operacionais, inerentes ao funcionamento de cada secção
- ✚ Reconhecer os diferentes serviços que compõem cada secção e a sua relevância na satisfação dos clientes
- ✚ Gerir e controlar os recursos existentes em função das necessidades de serviço e dos objectivos definidos
- ✚ Alargar competências a nível de autonomia, capacidade de adaptação e reacção á diferentes situações laborais, referentes ao departamento

## CAPÍTULO I - APRESENTAÇÃO DA ENTIDADE

### ACOLHEDORA



**Ilustração 1-** Imagem do Hotel Foya Branca

#### 1.1 Breve historial

O Resort Hotel Foya Branca é um estabelecimento de 4 estrelas e encontra-se situado em São Vicente, mais concretamente na praia de Santo André, á 1km de distância do aeroporto, e 5 km da cidade do Mindelo.

Foi construído á 01 de Janeiro de 1995, Foya Branca possui actualmente um capital social de 700.000 contos, trata-se de uma sociedade por quotas, com 30 sócios. O maior sócio detém 23% das acções e dos restantes a maioria tem cerca de 2 á 3 % de acções. Este empreendimento conta com cerca de 50 (cinquenta) trabalhadores.

Foya Branca é um complexo turístico de 30.000 metros quadrados, perfeitamente integrado no ambiente que o rodeia.

Com o objectivo de ampliar os seus serviços e buscar excelência no atendimento e satisfação do seus cliente em 2004 sofreu uma grande reforma aumentando o seu numero de apartamentos de 22 para 74 (setenta e quatro) unidades de alojamentos, estruturadas em: dezasseis juniores suites com quatro quartos triplos e doze quartos duplos, seis vilas sendo que duas tem dois quartos, duas vilas com quatro quartos e duas de três quartos. Também possuem cinquenta e dois standards sendo eles sete com *Land View*, e quarenta e cinco com *SeaView*. Os alojamentos de *Land view* dispõem de sete camas de casal, os *Sea view* tem nove camas de casal e trinta e seis *twins*, ainda o hotel dispõem de três quartos adaptados para os deficientes, todas as

unidades estão equipadas com cofres, telefones, mini bares, T.V., sistema de alarmes nas casas de banho, detectores de fumo, secadores de cabelo, casas de banho com duche, água quente e fria. Todos os quartos têm ar condicionado com excepção das vilas que possuem ventiladores.

Relativamente aos quartos novos com ar condicionado as portas são abertas através de um cartão que depois de aberta é introduzida no *eco-shipe* todos os equipamentos ligam automaticamente.

Este complexo turístico possui ainda um restaurante, dois bares, um snack-bar, duas cozinhas modernamente equipados. Os hóspedes podem usufruir de três piscinas de água doce, sendo uma para as crianças. À volta das piscinas existem cadeirões. Os clientes têm a disposição um ginásio, um campo de ténis, um parque infantil e dispõe de WiFi grátis aos clientes. O Hotel proporciona o transporte de hóspedes e funcionários do Hotel - Cidade e Cidade – Hotel e ainda oferece o serviço de rent-a-car, *rent-a-bykee* excursões para Santo Antão entre outros locais. Para além de alojamento, o hotel oferece um serviço de rodízio todos os sábados com música ao vivo e aos domingos proporcionam self-service ao almoço, com piscina incluída.

## **Visão**

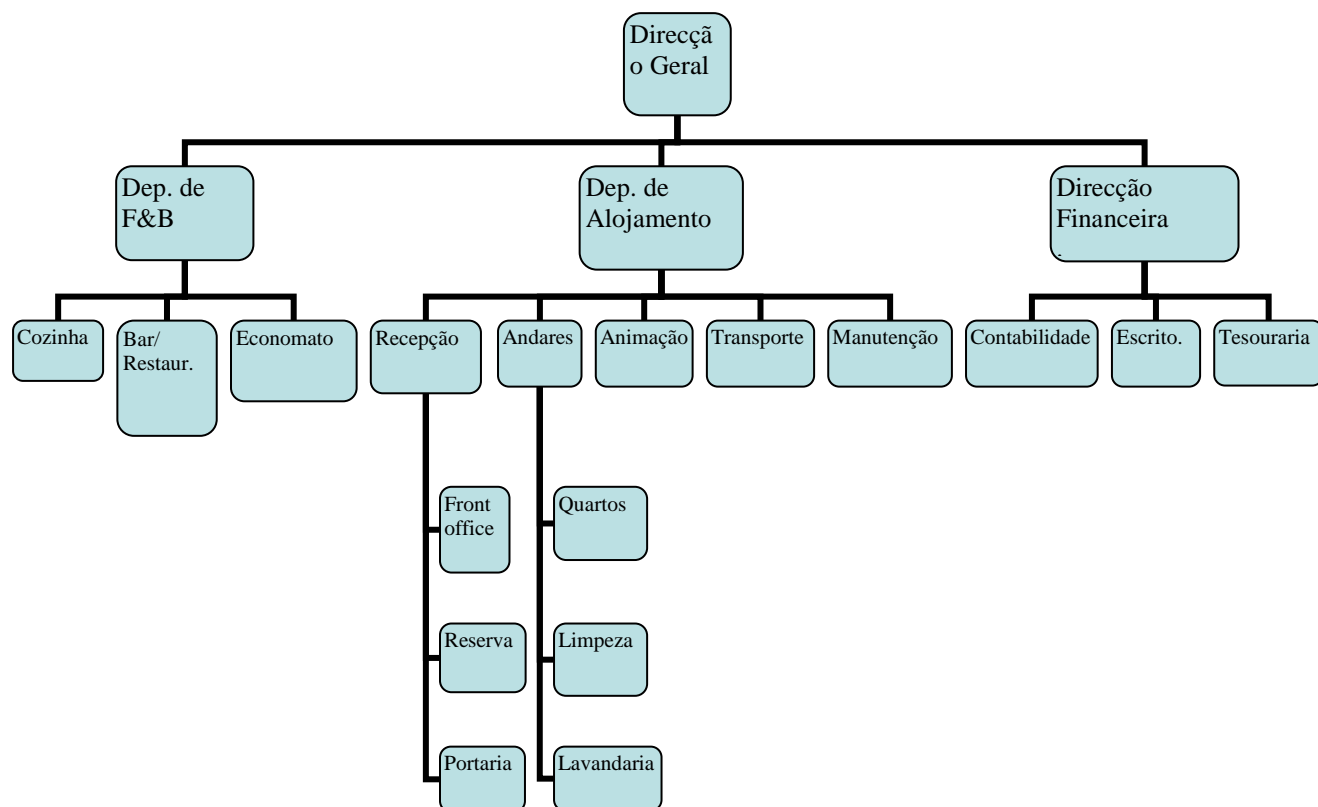
Proporcionar aos clientes um serviço, eficiente, rápido e com elevada qualidade, de modo a destacar face a concorrência e alcançar a liderança do mercado.

## **Missão**

A missão do hotel visa disponibilizar serviços de alojamento e restauração, de modo a atender as necessidades e expectativas dos clientes/hóspedes, parceiros e empresas, tendo em conta sempre a qualidade e o preço.

## 1.2 Estrutura Organizativa

No Resort Hotel Foya Branca o organigrama encontra-se estruturado da seguinte forma:



**Ilustração 2-** Organigrama Geral do Resort Hotel Foya Branca

**Fonte:** Elaboração própria

## 1.3 Relação do Departamento de F&B com as outras áreas

Dentro de um hotel existe uma relação de interdependência entre todos os departamentos ou seja todos dependem uns dos outros para que no fim possam oferecer ao cliente um serviço da melhor qualidade.

A relação que o departamento de F&B tem com as outras áreas é a seguinte:

- **Recepção** - essa secção irá fornecer ao restaurante, bar e a cozinha informações nomeadamente a lista de hóspedes para que possam organizar os serviços; a existência de meias-pensões ou pensões completas; pedidos especiais e reservas feitas pelas hóspedes no que se refere ao F&B.
- **Reservas** – é responsável por fazer o registo das reservas dos quartos tanto para individuais como para grupos e também para os outros serviços que o hotel oferece.
- **Animação** - tudo o que leva ao entretenimento do cliente dentro do hotel
- **Transportes** - é responsável pelo transporte dos clientes e funcionários do hotel para a cidade ou vice-versa.
- **Manutenção** - essa secção é responsável por fazer a manutenção de todos os equipamentos dentro do hotel.
- **Lavandaria** - essa secção é responsável por toda a roupa dentro do hotel, desde de toalhas de mesas, guardanapos, uniformes dos funcionários etc.
- **Limpezas** - ela diz respeito a limpeza de todas as áreas do hotel.
- **Direcção Financeira** - no que refere a entrega dos dados para processamento de salários e inventário, disponibilização de verbas para as compras, entrega das facturas e entrada dos produtos nesse departamento.

## **1.4 Departamento de F&B no Resort Hotel Foya Branca**

### **1.4.1 Atribuições e responsabilidades da Assistente de Direcção**

No Hotel Foya Branca o Departamento de F&B é supervisionado pela Assistente de Direcção e que tem sobre si as seguintes responsabilidades:

- ✓ Dirigir, orientar e fiscalizar o funcionamento das diversas secções e serviços de um restaurante
- ✓ Efectuar ou tomar providencia sobre a aquisição dos produtos necessários á exploração e vigiar a sua eficiente aplicação
- ✓ Colaborar na recepção dos clientes, auscultar os seus desejos e preferências a atender as suas eventuais reclamações dos recursos mobilados pela exploração
- ✓ Efectuar controlos necessários
- ✓ Atender as reclamações e sugerir medidas de melhoria



- ✓ Fazer análise da rentabilidade e popularidade dos pratos da ementa
- ✓ Elaborar as ementas de buffet
- ✓ Actualizar as fichas técnicas de 6 em 6 meses ou conforme as necessidades
- ✓ Elaborar o horário de trabalho e escalas de serviço
- ✓ Fazer a comparação de custos e receitas mensalmente
- ✓ Cuidar das condições dos uniformes e da higiene nos locais que oferecem alimentos e bebidas
- ✓ Elaborar propostas dos menus dos serviços especiais
- ✓ Coordenar e programar o mapa de férias
- ✓ Assessorar no recrutamento na selecção e no treinamento de pessoal afecto ao departamento
- ✓ Cuidar do asseio pessoal e pela boa apresentação de todos os funcionários
- ✓ Supervisionar e participar dos inventários de materiais em stock
- ✓ Atender eventualmente os fornecedores que desejam apresentar novos produtos

### **Gestão dos Recursos Humanos**

A assistente de direcção e *F&B* ocupa-se dos assuntos de recursos humanos do respectivo departamento. Deste modo é responsável pelo recrutamento do pessoal, da avaliação de desempenho, do fornecimento de dados para o processamento da folha de salários e do mapa de férias, relativamente as áreas inerentes a esse departamento.

No que refere-se ao recrutamento de pessoal, a assistente de direcção de *F&B* ao verificar que existe a necessidade de recrutamento, comunica á sua hierarquia e esta estuda a referida necessidade e dá a autorização de recrutamento. O hotel dá prioridade ao recrutamento interno, mas se não houver nenhum funcionário dentro da empresa que se enquadra ao perfil para o cargo, então passa-se ao recrutamento externo. A triagem das candidaturas é feita com base nas cartas de candidatura e do curriculum vitae, é nesta etapa que se seleccionam os candidatos que melhor se enquadram no perfil do cargo. A etapa seguinte é a entrevista que permite informar o candidato sobre as características do cargo e da empresa, bem como permite a empresa captar o máximo de informações (informações biográficas, profissionais e psicológicas sobre o candidato). Após a entrevista passa-se a próxima etapa que é a

decisão, ou seja, é determinar o candidato que melhor se enquadra no perfil que o hotel estava a procura.

A todos os funcionários desse departamento é-lhes exigido o cartão de sanidade, que deve ser renovado de 3 em 3 meses.

Os funcionários de cada departamento são avaliados pelo seu chefe directo, através de uma ficha de avaliação, realçando a assiduidade, pontualidade, empenho, criatividade, comportamento.

Também é função da assistente de direcção de F&B processar o mapa de horas extras, onde constam as horas extraordinárias de cada funcionário nos respectivos dias, contabilizando o total de horas extras do mês, entregando o mapa de horas extras a contabilidade, pois cabe a este fazer o processamento do salário. A escala de serviço é feita juntamente com os chefes de cada secção, respeitando sempre os critérios determinados pela legislação laboral em vigor.

### **Horário de trabalho**

Os horários de trabalho são ajustados conforme as férias do pessoal, ponderando a previsão da ocupação. De forma a dar vazão as necessidades do hotel, os funcionários trabalham de acordo com os seguintes horários:

Horário 001- 7h00 às 15h00- O pessoal neste horário ocupa do serviço de pequenos-almoços, *mise-en-place* para o almoço e o serviço de mesas.

- Horário 002- 12h00 às 15h00 e das 19h00 às 24h00 – ocupa-se do serviço de almoço e jantar.
- Horário 003- 16h00 às 24h00- cobre o período de tarde e o serviço de jantar.
- Horário 004- 10h00 às 18h00- serviço de bebidas do bar e de apoio a piscina.

As férias são concedidas mediante o tipo de contrato que o trabalhador tem com a empresa. Ao fim de cada período de contrato, vencem-se as férias. O assistente de F&B, ocupa da elaboração do mapa de férias, em concertação com os funcionários que manifestam suas preferências em termos de datas. Caso a preferência do funcionário coincidir com a conveniência e disponibilidade do hotel, este poderá obter suas férias na data desejada, caso contrário cabe ao assistente de direcção e F&B

decidir a melhor data para férias. O hotel não atribui férias aos funcionários para os meses de Julho e Agosto, por se tratar de época alta.

Quadro do Recursos Humanos em (anexo1).

### **Política de Divulgação/ Distribuição para o aumento das receitas**

O Hotel Foya Branca faz divulgação das promoções nos agentes de viagem/Operadores turísticos, da Imprensa, das empresas, das embaixadas/Câmaras de comércio, das companhias de aviação e público em geral, através de relações Públicas; *Mailings*; visitas promocionais (porta a porta); Feiras / *Workshops* / *Road Shows*; *Pressreleases*; *Famtrips*; acordos vários, fazendo uso de seguintes meios:

- Tarifas segmentadas;
- Packages;
- Contratos de *allotment* com operadores turísticos / agentes de viagem;
- Contratos com empresas;
- Acordos de permuta;
- Publicidade pontual, devidamente estudada;
- Eventos pontuais;
- Internet.

### **Contrato de allotment**

No caso das contratações dos *allotments* com os operadores turísticos, o estabelecimento procura estimular a venda da meia pensão (alojamento, pequeno almoço e jantar), assim estes têm a oportunidade de desfrutar do restaurante e o bar do hotel.

### **Preços**

Os preços deverão estar em sintonia com a qualidade das instalações, dos serviços prestados e mercado em geral. Em relação aos preços das comidas e bebidas são elaborados numa base permanente de concordância com os preços praticados pela concorrência

Quanto aos *packages*, esse é sempre incluído no mínimo uma refeição. São feitos pelo hotel para datas especiais. Uma forma de promover o hotel nas épocas baixas.

Normalmente para esses *packages*, os clientes são segmentados.

Exemplo de alguns *packages* elaborados pelo Hotel.

- Dia de São Valentim;
- Carnaval;
- Páscoa;
- Pausa de fim-de-semana;
- Lua-de-mel;
- Programa de Natal;
- Programa de fim de Ano.

### **Marketing Directo**

Para que o hotel possa desenvolver um eficiente programa de *direct marketing*, este faz uma base de dados onde evidência seus potenciais clientes.

Instrumentos:

- Correio directo;
- Cartas;
- Panfletos;
- Brochuras;
- Cassetes, disquetes e CD roms.
- Telemarketing;
- Telefone;
- Fax;
- Correio electrónico.

Meios mais importantes de marketing directo, usados no Resort hotel:

### **Brochuras**

Estes, são por excelência, os primordiais meios de aproximação ao cliente. Uma das principais razões é o facto de apresentarem visualmente equipamentos, instalações e serviços prestados, desde que estes estejam bem organizados, mobilizar e despertar o interesse / desejo do consumidor em favor do hotel, torna fácil de se alcançar, actuando como um seguro agente de vendas.

Para a concepção de brochuras, a qual deve estar dentro do orçamento disponível, baseiam nos seguintes aspectos:

- ❖ Ponderar a psicologia do homem moderno que dispõe de pouco tempo para ler.

Deverá ser essencialmente um conjunto criativo de textos, cores e imagens harmonizado de forma a tornar clara a mensagem que se quer transmitir

- ❖ Ser o reflexo real daquilo que o hotel tem para oferecer;
- ❖ Ter atenção as exigências do consumidor em relação a cores, papel, idioma e formato.

### **Mailing**

Estes podem ser de dois tipos: *Mailing* direccionados ou geral é o envio de correio directo dirigido aos clientes que compõem a base de dados do hotel. Os clientes são seleccionados como público – alvo a atingir. Estes podem ser feitos através de carta, fax ou *e-mail*, mas tentando não fugir do que é realmente o objectivo que o hotel pretende atingir - divulgação e venda dos serviços inerentes ao hotel Foya Branca.

Estabelecer um tema específico ou um produto a promover por cada *mailing*, para melhor atrair a atenção dos clientes do objectivo que se pretende:

- Início de época;
- Eventos pontuais, (festa de fim de ano, fins de semana compridos, outros);

Para a promoção do departamento de F&B, trata-se de um meio mais utilizado, por ser o mais económico e mais focado no público-alvo, e a partir daí é enviado para os clientes que constituem a base de dados do hotel.

### **Flyers**

O *flyer* resume-se numa folha que tem por objectivo, apresentar de forma clara, concisa e atractiva o produto que se pretende comercializar. A sua simplicidade e o seu custo reduzido permitam uma produção e distribuição em grande quantidade.

### **Packages**

Os *packages* são feitos com base num conjunto de produtos e serviços com um preço único, no sentido de estimular as vendas em momentos especiais, satisfazendo ao mesmo tempo as necessidades ocultas dos clientes.

Na generalidade os *packages* são compostos por produtos e serviços do próprio hotel e de outros serviços. O objectivo essencial é conjugar um conjunto de produtos / serviços que no seu todo, permitindo ao cliente final gozar de todo esse composto a um preço mais acessível que é a vantagem de adquirir os *packages* porque assim o cliente paga preço relativamente mais barato, o que a sua aquisição individual, não lhe permitiria.

Resumindo, os *packages* tratam-se da compra de um conjunto de produtos e serviços num só pacote/produto, fazendo com que o cliente satisfaça suas necessidades e o hotel atinge seus objectivos.

Para o departamento de F&B, criou-se o pacote de fim-de-semana (rodízio e buffet) com o intuito de captar os clientes do mercado interno de forma que o sector de alimentos e bebidas tenha mais sucesso.

## **Vendas**

A venda deve ser a prioridade de qualquer organização com fins lucrativos, com base nisto, submete o gestor utilizar os mecanismos adequados de marketing se o objectivo é fazer com que o cliente compra o produto.

## **Promoção interna de vendas**

Os hóspedes são os potenciais clientes dos diversos pontos de venda existentes na unidade hoteleira. Durante sua estadia no hotel, poderá consumir uma ou mais vezes no restaurante, bar ou no mini - bar.

Com isso a promoção interna surge como um meio basilar para a maximização das vendas.

Na óptica do Resort hotel as secções de bar e restaurante podem e devem ser locais privilegiados de ponto de encontro dos clientes, contribuindo assim para:

- ✓ Fazer com que os clientes sintam com se estivessem em casa;
- ✓ Ajudar, através de clientes satisfeitos, na divulgação do hotel;
- ✓ Criar uma maior receita para a empresa.

Há que despertar / informar os clientes de forma a aderirem às iniciativas e ofertas que lhes são dirigidas para frequentar estes locais, para o efeito acções especiais, assim o hotel procura oferecer ao cliente:

- ✓ Serviços animados, em termos de atendimento;
- ✓ Assistência personalizada;
- ✓ Manter sempre as instalações limpas e arrumadas de acordo com a decoração original;
- ✓ Criar noites temáticas, com menus, decorações e animação adequadas aos temas;
- ✓ Animação ao vivo em casos pontuais;
- ✓ Informar os clientes, dos serviços que existem à sua disposição, através de placares, carta de boas vindas assinadas pelo director, com oferta de uma bebida no restaurante, sempre que utilizem estes serviços, durante a sua estadia no hotel (mencionar sempre o nome do restaurante e horários de funcionamento);
- ✓ Comunicar pessoalmente com os clientes.

### **Promoção externa de vendas**

A promoção externa das vendas de F&B deverá ser focalizada em duas vertentes diferenciadas, clientes individuais e grupos, cada uma das quais com características próprias na respectiva promoção.

A venda de um grupo apresenta é mais vantajoso e economicamente do ponto de vista da exploração hoteleira, permitindo a obtenção de elevadas receitas.

### **Promoção externa para clientes individuais:**

- ✓ Cartão cliente (desconto de 10%);
- ✓ *Happy hour*;
- ✓ *Mailings*;

### **Promoção externa para grupos:**

- ✓ Packages;
- ✓ Buffet;
- ✓ Rodízio;
- ✓ Descontos as empresas (á definir);

- ✓ Cortesia;
- ✓ Eventos (desconto á definir);

### **Planeamento e Gestão de eventos**

Para que o evento alcance o sucesso desejado é preciso seguir algumas etapas:

**1ª Fase** – solicitação para realização do evento – o cliente entra em contacto com o hotel e manifesta a intenção de realizar determinado evento nas instalações do estabelecimento.

**2ª Fase** – Elaboração e apresentação de propostas – depois de conhecer o que pretende o respectivo cliente, deve-se ainda tomar algumas informações importantes tais como: o número de pessoas que estarão presentes no evento, o dia, a hora, conhecer o caris do evento (familiar, social, profissional, político, religioso e outros), e tomar conhecimento se há algum pedido em especial. A assistente de Direcção de F&B apresenta a proposta ao cliente já com o respectivo orçamento. A proposta do menu geralmente é composta por entradas, prato de peixe, prato de carne, acompanhamento, sobremesa. Compete ao cliente decidir se quer um orçamento com bebidas já incluídas, ou se prefere que as bebidas sejam facturadas ao consumo.

**3ª Fase** – Negociação – após a aceitação da proposta, passa-se as condições de pagamentos. Deve ser feito um pré pagamento de 50 % três dias antes do evento, e o restante depois, em caso de não comparência das pessoas previstas para o evento, não é responsabilidade do hotel, portanto terão que pagar na totalidade o valor acordado inicialmente.

**4ª Fase** – planeamento do evento – é nessa fase que se faz a distribuição da brigada e a coordenação interdepartamental.

**5ª Fase** – realização – é quando passa-se a execução ou seja a montagem, coordenação e controlo do serviço.

**6ª Fase** - Avaliação – é verificar se o evento ocorreu em conformidade com o esperado, tanto para o cliente como para o hotel, ver se o mesmo foi de encontro com as suas expectativas, caso haja reclamações, deve-se apresentar desculpas e apurar o porquê da não conformidade, para certificar que erro desse tipo não aconteça em outras circunstâncias.



### **Planeamento do evento**

Consiste em delinear o que será feito e como será feito, com intuito de minimizar o máximo possível o risco de ocorrer imprevistos.

Assim ao fazer o planeamento, há que levar em conta a disponibilidade dos produtos, dos recursos humanos e materiais, distribuição da brigada, pois deverá saber o número de funcionários que será necessário para suportar o evento, caso for necessário deve-se adquirir pessoal que trabalha em *part-time*, o evento não deverá abalar o funcionamento normal das actividades do Hotel. Por isso não se pode desfalar a brigada. Assim para melhor coordenação, a brigada é escolhida pelo responsável máximo desse departamento e pelos chefes dos sectores abrangente. Há que definir os sistemas de trabalho a ser adoptado durante o desenvolvimento do evento.

Para que o serviço seja impecável é necessário que haja uma coordenação interdepartamental ou seja tem a ver com a comunicação entre os departamentos, mais propriamente comunica-los a realização de evento.

### **Realização**

É a execução do evento, para isso é necessário montar o serviço e coordena-lo.

Os sectores envolvidos devem estar previamente informados, para que possam fazer o *mise-en-place*. A lavandaria fornece as rouparias necessárias se for o caso, a cozinha e o bar e restaurante devem requisitar os produtos necessários para a realização do evento.

Esta fase consiste em colocar em prática o que se tinha delineado, ou seja a cozinha encarrega da preparação dos alimentos, o bar ou restaurante trata das bebidas e do espaço, esperando apenas pelos clientes para começar o serviço. O serviço tem de ser o mais perfeito possível para ir de encontro com as expectativas/ solicitação dos clientes.

### **Avaliação**

Esta fase consiste em analisar se os resultados perspectivados foram ou não alcançados, se a empresa conseguiu ir de encontro as expectativas.

### Controlo de Departamento de F&B

A Assistente de F&B no Resort Hotel Foya Branca é responsável por fazer o controlo dos diferentes serviços dentro do hotel dentre eles se destacam o buffet e o rodízio, que foram implementados com o objectivo de captar mais o público nacional, assim aumentando as receitas do hotel.

### Calculo das receitas, despesas e dos rácios referentes ao buffet e rodízio

Para elaborar estes cálculos há que separar as comidas das bebidas. A assistente de F&B pede a chefe de cozinha a lista dos produtos e as quantidades que foram utilizadas nesses serviços para apurar os custos referentes as comidas, e para apurar os custos referentes as bebidas ela se baseia no relatório de vendas desse dia.

### Cálculo da receita total

$RT = \text{Preço de Venda} \times \text{Quantidades vendidas}$

Para calcular o rácio dos produtos é preciso que se calcule a receita e o custo total das comidas e bebidas

### Cálculo do rácio dos produtos

$\text{Rácios} = \text{Custo Total} / \text{Receita Total} \times 10$

	Receita	(-) Custos	(=) Resultados
Comidas (total)	350.200,00	70.880,00	279.320,00
Bebidas (total)	85.950,00	30.600,00	55.350,00
Total	436.150,00	101.480,00	334.670,00
Rácio	23%		

**Tabela 1-** Exemplificação de um caso prático

**Fonte:** Elaboração Própria

Quanto menor for o rácio, maior será o lucro obtido pelo hotel. Esses cálculos permitem verificar se há prejuízos ou ganhos nesses serviços. Após o apuramento desses resultados este é entregue ao Director para a sua análise, depois desse processo são arquivados no economato.

Este processo de controlo é realizado todas as segundas ou Terças de cada semana.

O controlo de custo no entanto, é mais do que comprar barato, reduzir o tamanho das porções a servir, ou substituir produtos de determinada qualidade por outros de nível inferior, ou também o inverso dessas situações.

É muito importante que pessoas ligadas a este sector, tenham atenção ao padrão de qualidade tendo em conta os perigos e pontos críticos de controlo ou seja fazer uso das regras do HACCP ( Hazard Analysis and Critical Control Points) – Analise dos perigos e pontos críticos de controle)

### **Análise de Índice de Rentabilidade e Popularidade**

#### **1 – Índice de popularidade**

Este índice é dado através da seguinte fórmula:

$$\text{Índice de popularidade} = (1/n^{\circ} \text{ de itens}) \times 70\% \times 100$$

$$\text{Índice de popularidade} = (1/8) \times 70 = \mathbf{8.75\%}$$

Desta forma, todos os itens cujas vendas representam valores percentuais de venda acima do índice de popularidade, diz-se que têm Alta (A) popularidade; quando sucede o inverso diz-se que têm Baixa (B) popularidade.

#### **Preço unitário de venda**

Preço de venda de cada dose sem IVA.

#### **Preço unitário de custo**

Preço de venda de cada dose, obtido através da consulta da respectiva ficha técnica de produção actualizada

#### **Margem unitária de contribuição**

Preço unitário de venda líquido - preço unitário de custo;

### Total de vendas

Quantidade de doses vendidos x preço unitário de vendas.

### Total de custo

Quantidade de doses vendidas X preço unitário de venda.

### Total de margem de contribuição

Total de vendas - Total de custos

## 2- Índice de rentabilidade

Este índice é dado através da seguinte fórmula:

Índice rentabilidade = Total da margem de contribuição / Quantidade vendida

Exemplo: Índice de rentabilidade =  $10.907\text{€}/900 = 12.12\text{€}$

Desta forma, para um item cuja margem unitária de contribuição representa um valor acima do índice diz-se que tem Alta (A) rentabilidade; quando sucede o inverso diz-se que têm Baixa (B) rentabilidade.

Ementa	Qde. Venda (%)	Índice de Popularid.	Preço Unitário Vendas	Preço Unitário Custo	Marg. Unitária Contrib.	Total Vendas	Total Custos	T. Marg. Contrib	Ind. Rentab.	Classe
A										
B										
C										
D										
E										
F										

**Tabela 2-** Tabela de análise do índice de rentabilidade e popularidade

**Fonte:** Elaboração Própria

### Análise da Popularidade/Rentabilidade

A análise da Popularidade, faz-se com a utilização do seguinte procedimento:

- Começam por encontrar a percentagem de venda de cada produto, em relação ao total de vendas.
- Em seguida, aplicam a fórmula  $(1/n^{\circ} \text{ de itens da lista}) \times 70\% \times 100$ , através deste processo, encontram o IP, que deve ser confrontado com a percentagem de vendas de cada produto, devendo ser considerados da categoria B, os que se encontrarem abaixo do índice encontrado e os restantes colocados na categoria A.
- Para encontrar o IR (Índice de rentabilidade), têm que apurar o MCT (Margem de contribuição total), e depois, efectuar a seguinte operação:  $MCT / \text{Total de Quantidades vendidas}$ . O resultado apurado será o IR.
- Após este apuramento, comparam o IR com as MCU (Margem de Contribuição Unitária) de cada produto, classificando de A, os que se encontrarem acima do valor de referência e de B, os que se encontrarem abaixo desse valor.
- Finalmente e de acordo com as tipologias existentes: AA (Star); BA (Puzzle); AB (Plowhorse/Cow); BB (Dog), tomam, em relação a cada Produto, as decisões de Gestão, que se justificarem.

### Classe

A conjugação entre os índices de popularidade e rentabilidade dá origem a uma determinada classe.

Com efeito, podem obter-se quatro diferentes classes:

**Star** – (AA)> alta popularidade; alto rentabilidade;

**Plowhorse** - (AB)> alta popularidade; baixa rentabilidade;

**Puzzle** – (BA)> baixa popularidade; alta rentabilidade;

**Dog**- (BB)> baixa popularidade; baixa rentabilidade;

Os **Star** são aqueles itens que têm elevada procura e apresentam boas margens de lucro, contribuindo de forma decisiva para a rentabilidade de exploração.

O gestor deverá preocupar-se em manter constantes a qualidade, a quantidade, a apresentação e o preço de cada prato, de forma a garantir a manutenção da procura e tem que se investir na promoção do prato.

Os *Plowhorse* são artigos muito procurados, atraindo clientela para o estabelecimento, apresentando contudo fracos níveis de rentabilidade.

Pela sua atractividade são pratos que valem a pena ser mantidos, devendo o gestor tentar torna-los mais rentáveis através de tentativa de diminuição dos seus custos ou do aumento ponderado dos seus preços de venda, se o restaurante for conhecido devido a esse prato não se deve mexer.

Os *puzzles* têm características opostas aos anteriores. São produtos pouco procurados, apresentam contudo boas margens de lucro.

A sua manutenção na carta deve ser equacionada, pois geralmente implicam avultados investimentos em stocks, os quais correm o risco de não se vender.

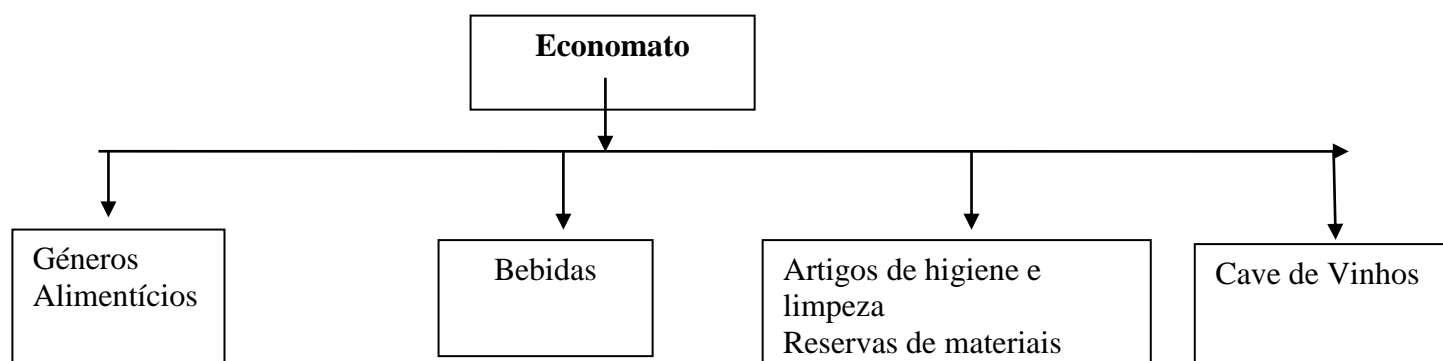
Assim, ou são retirados da carta e substituídos por outros, ou então devem ser alvo de uma promoção especial, quer através da sua colocação em destaque na carta, quer através do esforço do chefe de mesa para o vender.

Os *Dog* - são pratos com pouca procura e com fraca rentabilidade, devendo ser imediatamente substituído por outros que apresentem melhores expectativas de venda e de margens de lucro mas antes de os eliminar verificar se os tiveram pouca saída devido a falta de matéria prima.

O melhor para o hotel é que a maioria dos pratos tenham a classificação de pratos *Star* e os pratos *Plowhorse*, porque isso significa que os pratos estão a ser muito consumidos, são rentáveis e conhecidos.

### 1.4.2 Economato

O organigrama encontra-se estruturado da seguinte forma:



**Ilustração 3-** Organigrama do Economato

**Fonte:** Elaboração Própria

O economato no Hotel é subdividido em quatro sectores, onde uma é destinada aos produtos alimentícios secos, enlatados e bebidas que serão vendidas por doses, a segunda serve para armazenamento dos produtos de limpeza, a terceira para bebidas e a quarta é a cave onde os vinhos são colocados pois requerem uma temperatura de 18°C e estrutura diferente das outras bebidas. Os economatos possuem uma boa estrutura física, sendo arejadas, iluminadas e bem equipadas com prateleiras, arcas, ficando perto dos sectores requisitantes.

A empresa trabalha com stocks permanentes, mas não possui um stock fixo, uma vez que é bastante difícil estipular este stock, com isso, a fixação do stock deve ser baseada em dados bastante inconstantes tais como taxa de ocupação e o grau de utilização dos diversos tipos de serviços oferecidos, isso para ter uma ideia do consumo de mercadorias. Também há outro factor, que é a rotatividade de alguns produtos, ou seja, há produtos que tem mais escoamentos que outros. Isso devido a época, aos gostos, e aos serviços prestados, e também há determinados produtos que são utilizados pontualmente, e não convém empatar capital nesses tipos de produto, portanto devem ser comprados pontualmente

As compras neste estabelecimento são feitas uma vez por semana, a não ser que haja a necessidade de o fazer mais do que uma vez e são feitas pela ecónoma. Isso acontece devido a necessidade de ter sempre produtos frescos como hortaliças, peixes e frutas,

que são adquiridas duas ou mais vezes por semana, com intuito de vender sempre produtos mais frescos possíveis e com qualidade. Os produtos frescos dão entrada directamente na cozinha onde são armazenados nas câmaras frias.

O Processo de compra começa com a necessidade sentida, ou seja, o que determinará o volume das compras será o número de hóspedes no hotel, os serviços a serem realizados (buffet, rodízio e cozido á portuguesa), a realização de um evento especial e a ruptura ou não dos produtos no mercado e ainda a rotação dos clientes e o stock existente.

Assim cabe a ecónoma analisar o seu nível de stock para saber se as quantidades existentes, são ou não suficientes. Todas as terças feiras a Ecónoma elabora a requisição (pedido de compra) com base nas necessidades que se verificou em conversa com o chefe de cozinha.

É de realçar que as requisições são feitas de forma organizada, elaborando para cada fornecedor uma requisição, fazendo uma separação de produtos mediante famílias.

A ecónoma, com base numa ficha de preços, faz uma análise que é elaborada a partir de uma pesquisa de preço junto aos fornecedores, onde consta a designação do produto, a quantidade de venda e o respectivo preço. Permitindo a ecónoma fazer uma estimativa em termos de valor necessário para efectuar as compras.

Após a elaboração das requisições, estes são apresentados ao director geral que dá o seu parecer.

A seguir a esta etapa, o responsável de compras, dirige-se a contabilidade, ali disponibilizam o valor solicitado, que geralmente é um cheque com a assinatura de dois administradores.

Cabe ao director do hotel seleccionar os fornecedores, estes são seleccionados de acordo com o binómio preço/qualidade e também os que dão melhores condições de pagamento.

A Ecónoma tem que conciliar os interesses da empresa e dos fornecedores, ou seja, é pressionado pelos fornecedores que concedem crédito a empresa, e a empresa pressiona a ecónoma para conseguir alargar o prazo. Portanto todas as vezes que vai a



contabilidade arrecadar o montante para compra, leva as dividas que tem dos fornecedores, assinalando os mais urgentes.

Após a aquisição do cheque junto da contabilidade, o chefe de compras dirige aos bancos de acordo com os cheques concedidos, fazer o levantamento do valor, e por fim já possui todos os requisitos necessários para efectuar as compras.

Tendo sempre em atenção o estado dos produtos e a sua data de validade. Outra preocupação da ecónoma, é definir os produtos que devem ser comprados em primeiro lugar. Isto porque em relação aos produtos congelados, peixes, frutas, legumes e os ovos, estes ao serem comprados devem ser encaminhadas logo para o hotel para evitar a sua deterioração, visto que a empresa não tem um veículo apropriado para estes tipos de produtos. No acto da compra a economista deve conferir os produtos, ou seja fazer a contagem física para verificar se a quantidade solicitada e discriminada na factura/recibo é igual as quantidades que lhe são entregues, verificar o estado de conservação e o prazo de validade dos produtos, no local da compra, visto que alguns fornecedores não aceitam devolução.

A empresa defende que a entrada dos produtos devem ser feita sempre por outra pessoa, ou seja, alguém que não participou na compra. Deste modo os produtos ao chegarem no hotel, são descarregados e de seguida as facturas são entregues á uma pessoa da contabilidade que vai efectuar a contagem e pesagem dos produtos de acordo as quantidades compradas, depois essas facturas são assinadas pelo responsável da contabilidade provando assim a sua conformidade, e só depois desse procedimento é que ocorre a entrega desses produtos a economista para a sua arrumação. Na compra dos produtos como carne, peixe, ovos, frutas e legumes o chefe deve certificar-se se os produtos são frescos e de qualidade. Ainda a economista tem a responsabilidade de lançar as facturas no programa informático “ PDV config”. Quando terminar de lançar os produtos, transcreve o código de lançamento para a respectiva factura. A economista deve agrupar as facturas da seguinte forma, separar as facturas dos produtos alimentícios (alimentos e bebidas), dos produtos higiénicos e dos tabacos. Isso para facilitar na contabilidade já que estes têm o IVA diferente uns dos outros.

De seguida faz a verificação das contas, ou seja, se a soma dos montantes das facturas -recibo com o resto do valor, é igual ao montante disponibilizado pela contabilidade. A ecónoma faz uma cópia das facturas dos produtos que foram adquiridos á crédito e fica com as cópias e entrega todas as facturas - recibo e facturas na contabilidade e caso houver troco, também deve o entregar.

Na contabilidade as facturas são conferidas ou confrontadas com os lançamentos no programa e é dado baixa, aos produtos que foram comprados a dinheiro.

### **Recepção das mercadorias**

A recepção das mercadorias consiste em garantir de que o hotel está a receber os produtos na quantidade e qualidade solicitados, ao preço acordado e de que é o seu acondicionamento adequado na armazenagem ou é feita a sua transferência directa para as secções, ou, quando não verificadas as características dos produtos exigidos, proceder à devolução imediata.

Para que a recepção das mercadorias seja bem-sucedida dever-se-ão verificar os seguintes requisitos:

#### Pessoal da recepção

Uma pessoa da contabilidade será o responsável pela recepção de todos os produtos. Mas, quando se tratar de produtos perecíveis com destino à secção da cozinha deverá ser, sempre, assistido pelo chefe de cozinha cuja função é determinante para a boa recepção ou devolução dos produtos.

### **Armazenagem das mercadorias**

Depois das compras e devidamente recepcionadas, as mercadorias são arrumadas, consoante a sua natureza e as suas características para os respectivos locais de armazenamentos.

Na secção dos géneros alimentícios, para além dos produtos enlatados, ensacados, enfrascados, engarrafados e empacotados também armazenam os produtos deterioráveis, tais como: Carne, peixes, mariscos, produtos congelados e todos aqueles que carecem frio para a sua conservação. Esses produtos são armazenados em

duas arcas frigoríficas onde não poderá haver misturas de produtos de características diferentes, de forma a evitar, por um lado, a transição de cheiros, e por outro pela circunstância da cada tipo de alimento que necessita de temperaturas diferentes, para a sua conservação. Na secção de bebidas estão todas as bebidas, excepto os vinhos, armazenam: águas com e sem gás, sumos refrigerantes, e cervejas, e os espirituosos ficam nos géneros alimentícios por ausência de prateleiras nesta.

### **Câmara frigorífica**

Destina-se a conservar todos os alimentos deterioráveis, que carecem da acção do frio para prolongarem a sua durabilidade, mantendo as suas características próprias.

Na armazenagem dos alimentos nas câmaras frigoríficas, não deve haver misturas de produtos de características diferentes, de forma a ser evitada, por um lado, a transmissão de cheiros e, por outro, pela circunstância de cada tipo de alimento necessitar de temperaturas diferentes para a sua conservação.

- Frutas e legumes – 4 á 6°C
- Carnes e Aves – 1 ´3°C
- Peixes e Mariscos – 0 a 1°C
- Leite e Derivados – 2 a 4°C
- Conservação de congelados -18°C

O responsável pelo economato tem como principal missão a preservação e registos de todas as mercadorias que lhes são confiadas.

Relativamente a armazenagem das mercadorias e o conhecimento por parte dos colaboradores envolvidas no processo, das condições e ideais de conservação para cada tipo de produto tem que ter em mente que os produtos são deteriorados pelos seguintes motivos:

- ✓ Tempo excessivo entre as entradas e o armazenamento do produto;
- ✓ Falta de condições de higiene;
- ✓ Inadequada separação dos alimentos;
- ✓ Temperaturas inadequadas;
- ✓ Excesso grau de humidade;
- ✓ Período excessivo de armazenagem.

Assim depois de os produtos terem dado entrada, a ecónoma passa a face seguinte, que é verificar o estado dos produtos (conservação, validade) e depois são arrumadas nos economatos por ordem FIFO (*first in first out*). Mas caso houver alguma não conformidade com o produto, a ecónoma não permite a entrada no economato e deve providenciar logo a troca do produto junto dos fornecedores.

Uma das funções da ecónoma é a conservação dos produtos, portanto deve estar em constante vigilância dos prazos dos produtos existente no economato.

Há alguns produtos como os peixes, legumes, frutas, ovos, iogurte, queijo, fiambre, maionese e ketchup, etc, estes são lançados no programa “PDV config almoxarifado central” (dar entrada dos produtos que junta com o stock existente e dá o stock final) e são dados baixa para cozinha, ou seja entrou e saiu logo para cozinha. Isto porque as câmaras frias estão situadas na cozinha e estes são produtos frescos que necessitam de uma boa conservação e tratamento (no caso do peixe) e também pelo facto de serem utilizadas com elevada frequência, poupando tempo e papel.

É de extrema importância realçar que nada sai do economato sem a respectiva requisição do sector requisitante, devidamente preenchida, indicando a data, o sector requisitante, a designação do produto, as quantidades requisitadas e assinada pelo chefe do sector ou então pelo patente mais elevado do sector que se faz presente no momento.

As requisições são feitas através de uma ficha preenchida manualmente, e no final do horário estipulada para o levantamento das requisições, a ecónoma acede ao sistema e faz o lançamento das requisições dando saída dos produtos do economato, obtendo a existência final em stock. Todos os dias deve proceder a contagem física dos produtos no economato e o resultado da contagem deve ser igual ao stock no sistema.

Em caso dos produtos que já não serve para produção por diversos motivos, estes devem ser justificados através de uma ficha “ nota de quebra”(em anexo 5), que é uma forma de dar baixa ao produto.

### **Normas de distribuição das mercadorias do hotel**

A distribuição é também uma das fases do círculo de mercadorias que está sob a responsabilidade e orientação do sector de aprovisionamento.

- ✓ As mercadorias devem ser levantadas a um determinado horário pré estabelecido por secção de forma a evitar agrupamentos desnecessários de pessoal.
- ✓ O cumprimento do princípio em que o 1º produto a entrar será o 1º produto a sair (FIFO).
- ✓ As mercadorias são distribuídas diariamente através de uma requisição interna para as diversas secções. Nenhum produto poderá ser entregue sem o respectivo documento.
- ✓ Diariamente e com o objectivo de apurar o valor total das mercadorias saídas do economato, é elaborado um resumo de todas as requisições efectuadas cujos valores são transportadas para o dia seguinte e assim sucessivamente até o final de cada mês.

### **Codificação dos Produtos (no programa informático)**

Os produtos que entram no economato devem ser devidamente identificados e registados não só para controlar saídas e entradas, mas também para facilitar a sua arrumação nos devidos locais e facilitar nos inventários.

- ✓ As mercadorias devem ser arrumadas por grupos ou por famílias.
- ✓ A ficha de stock é um documento importante do economato pois é elaborado individualmente por cada produto. Destina-se a registar as entradas, saídas dando a qualquer momento informação das existências bem como os preços médios e ainda permite observar o nº de rotação num dado período.

Outra das funções da ecónoma é elaborar o inventário, sendo este feito mensal e anualmente com o objectivo de apurar possíveis desvios. Assim, imprime um relatório do sistema, onde discrimina os produtos e as quantidades que devem existir no economato. De seguida deve-se fazer a contagem física para verificar se está tudo em conformidade. Caso não estiver há que haver uma justificativa comprovada com respectivo documento.

O inventário deve ser apresentado a contabilidade de forma digital. E compete a este fazer a verificação, pois também tem acesso ao programa.

### **Documentação utilizada pelo Hotel**

#### **Ficha De Fornecedor**

O Hotel não dispõe de uma ficha dos fornecedores, pois existe um programa “ PDV conflit” onde já tem cadastrado os seus fornecedores (em anexo3). O contacto com os fornecedores é feito geralmente pessoalmente ou por telefone, em caso de telefone as chamadas são feitas a partir da recepção. Também é importante salientar que, caso haja alguma alteração no mercado o fornecedor, informa imediatamente o estabelecimento. Por ex., quando sabe que vai ter ruptura de um determinado produto, o fornecedor avisa a empresa para saber se quer reservar o produto, isso devido a boa relação que tem com os fornecedores.

Em caso de outras alterações como novos produtos, alteração de preço, etc., os fornecedores comunicam ao estabelecimento e posteriormente enviam uma correspondência, comunicando por escrito (formalmente), e este é anexado á ficha de preço. Isso para dizer que não é de grande necessidade a criação de uma ficha de fornecedores.

Lista dos principais fornecedores do Hotel( em anexo3).

#### **Pedido de compra**

O pedido de compra é um impresso através do qual os chefes dos vários serviços de produção, de armazenagem, e de vendas solicitam ao serviço de compras a aquisição de um determinado conjunto de produtos necessários ao funcionamento dos respectivos sectores.

#### Produção

Cozinha, cafetaria, pastelaria

#### Armazenagem

Economato

## Venda

Restaurantes, bares.

### **Ficha comparativa de preços**

Os produtos cuja oscilação de preços no mercado seja regular devem ser objectos de uma análise periódica, no intuito de, em determinada família de produto, serem avaliados os preços praticados por cada fornecedor, assim ser escolhido aquele que pratique os preços mais favoráveis, e com qualidade nos produtos que fornece, de forma a proporcionar á empresa uma economia substancial.

Esta ficha é elaborada a partir de uma pesquisa de preço junto aos fornecedores. Depois da recolha de dados, a ecónoma transcreve as informações obtidas para uma ficha idêntica no computador, pois é uma forma de melhor conservação das informações, evitando o desvio de papel. Assim sempre que se precisa dessas informações é só aceder a página e se for o caso ter esse documento em duas vias, no formato digital e também no papel. Deste modo quando há alterações é só mudar o do formato digital, imprimindo de novo, poupando assim tempo. Dessa ficha consta a designação do produto, a quantidade de venda e o respectivo preço.

### **Requisição interna**

A requisição interna é o documento interno que permite a saída das mercadorias do armazém para as diversas secções do hotel. Nenhum produto poderá ser entregue sem o respectivo documento.

A requisição deverá ser emitida em duplicado, ficando o original na posse do economato e o duplicado na posse do chefe da secção requisitante, para conferência da mercadoria aviada.

Neste documento, para além de vir mencionado a data da requisição, a secção requisitante, as assinaturas dos intervenientes no processo e a numeração sequencial, vêm discriminadas as seguintes rubricas:

- Código do produto
- Designação do produto
- Quantidades requisitadas

- Quantidades fornecidas

A requisição interna deverá ser idealmente preenchida pelo responsável da secção e entregue de véspera no armazém. No dia seguinte, o ecónomo prepara as requisições de acordo com as informações do documento.

### **Controlo Stock Fixo**

Também a ecónoma faz o controlo de bebidas no bar e restaurante, é feito diariamente, através da contagem de todas as bebidas existentes no bar e restaurante, e se preenche uma ficha (em anexo 4) para verificar se a soma das quantidades vendidas e as existências, correspondem ao stock fixo. Depois, são repostos todos os produtos vendidos no dia anterior. É feita mediante as facturas de vendas, em que são confrontados com os lançamentos.

No final de cada mês, é feito o controlo das receitas e dos custos.

### **Objectivos:**

- Diminuir custos;
- Aumentar a rentabilidade.

### **1.4.3 Cozinha**

O Resort Hotel Foya Branca possui duas cozinhas industriais, tendo em conta a sua estrutura, os equipamentos industriais em termos quantitativos e qualitativos e dos funcionários que ali trabalham. Para além da chefe da cozinha, tem uma subchefe, uma cozinheira de segunda e três de terceira, três ajudantes de cozinha, duas copeiras.

Normalmente, uma das ajudantes de cozinha ou um cozinheiro de terceira, pode desempenhar ainda a função de padeiro.

O *layout* da cozinha de um hotel deve estar em consonância com o tipo e o tamanho do estabelecimento. Com base nisto, aquando da construção da cozinha do Resort hotel levou-se em consideração os seguintes aspectos:

#### **a) Sectores ou zonas**

- ✓ De pré-preparo
- ✓ De cocção

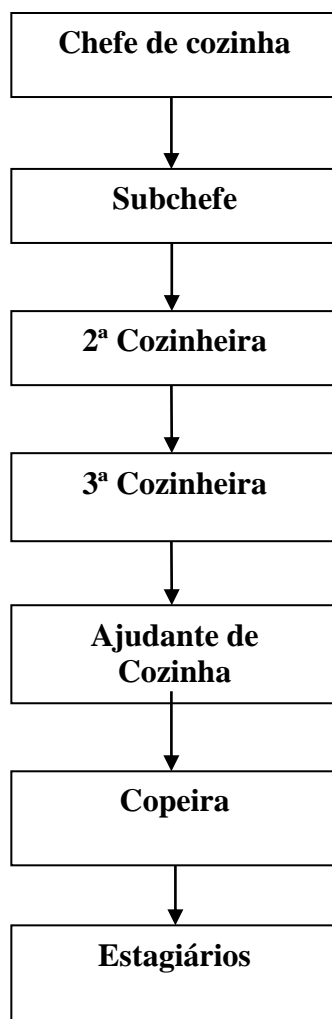


- ✓ De conservação
- ✓ De lavagem que está dividido em duas partes:
  - Plonge- Local de lavagem dos utensílios da cozinha
  - Local de lavagem dos utensílios do restaurante
- ✓ De lixo

**b) Aspectos construtivos**

- ✓ Espaço – este é amplo, permitindo uma boa circulação dos funcionários.
- ✓ Localização – está bem localizada, pois está próximo do restaurante, possuindo duas portas vai -vem, sendo uma destinada para saída da cozinha para o restaurante, e a outra para entrada na cozinha através do restaurante. E essas portas não deixam que os odores da cozinha passem para o restaurante.
- ✓ Paredes – são revestidas de azulejos de cor branca, o que facilita a limpeza dos mesmos;
- ✓ Piso – é revestido de um material antiderrapante e de fácil limpeza e não possui degraus.
- ✓ Iluminação – possui uma boa iluminação natural, pois tem janelas e estas possuem redes para evitar a entrada de insectos.
- ✓ Temperatura – possui um sistema de ventilação para captação de odores, fumaças e assegurar o conforto térmico para as pessoas que ali trabalham.
- ✓ Conexões eléctricas – são bem isoladas para facilitar a limpeza.

## Organigrama da Cozinha



**Ilustração 4-** Organigrama da Cozinha

**Fonte:** Elaboração Própria

### Análise e Descrição das funções:

#### Chefe de Cozinha

- ✓ Organizar e orientar os serviços na cozinha e anexos;
- ✓ Distribuir os serviços de acordo com o número e categorias do pessoal;
- ✓ Explicar a sequência dos serviços assim como a composição dos pratos antes do início de cada serviço;
- ✓ Supervisionar se o *mise-en-place* está conforme o movimento;
- ✓ Elaborar e inventários periódicos dos materiais da secção, zelando pela sua conservação e higiene;

- ✓ Controlar ou mandar controlar os pedidos na ordem de chegada;
- ✓ Confeccionar os pratos;
- ✓ Manter a disciplina na secção.

#### **sub-chefe**

- ✓ Substituir a chefe de cozinha na sua ausência
- ✓ Dirigir os trabalhos da *mise-en-place*;
- ✓ Ajudar a chefe na confecção dos pratos.

#### **Cozinheira de 2ª Categoria**

- ✓ Substituir a cozinheira de 1ª na ausência;
- ✓ Executar e colaborar na preparação do *mise-en-place*;
- ✓ Ajudar na confecção dos pratos.

#### **Cozinheiros de 3ª Categoria**

- ✓ Substituir a cozinheira de 2ª na ausência;
- ✓ Executar a colaboração na preparação do *mise-en-place*;
- ✓ Confeccionar dos pratos.

#### **Ajudantes de Cozinha**

- ✓ Colaborar na *mise-en-place*;
- ✓ Fazer entradas;
- ✓ Empratar;
- ✓ Fazer sobremesas;
- ✓ Colaborar ainda na arrumação da Cozinha.

#### **Copeiras**

- ✓ Arrumar as áreas de preparação dos alimentos;
- ✓ Lavar pilha de pratos, talheres e outros;

#### **Estagiários**

- ✓ Colaborar com os trabalhos executados pelos empregados, na área em que decorre os estágios

## **Equipamentos e utensílios**

No Resort Hotel Foya Branca vamos encontrar os seguintes equipamentos e utensílios.

- Uma câmara fria para frutas, legumes, e outros condimentos para o pequeno-almoço como iogurtes, doces, manteigas etc, tudo devidamente separado com uma temperatura média de 12 graus
- Uma câmara fria para produtos pré-confeccionados como sopas, molhos e produtos que são pré- cozinhados para que haja uma maior rapidez na hora de confeccionar os pratos
- Um frigorifico onde colocam peixes e carnes todos devidamente limpos e separados
- Duas arcas frias, para gelados e doces em cada uma das cozinhas
- Uma balança industrial com capacidade para 150Kg
- Um congelador rápido que serve para congelar os alimentos de uma forma mais rápida e com isso permite com que haja uma perda menor de energia e tempo
- Um máquina de vacuum que permite fazer a selagem de bolsas e fazer o vácuo ou seja a absorção de todo o ar para uma melhor conservação dos alimentos quando colocados no frigorífico
- Uma máquina de gelados
- Uma máquina de cortar para queijos, fiambre, carnes para fazer por exemplo o carpaccio de atum e o carpaccio de vaca
- Três fogões industriais
- Um abridor industrial
- Duas fritadeiras de batatas industriais com capacidade para 56 litros de óleo, cada uma e o óleo que preferem utilizar é o óleo Fula isto porque é um óleo que não queima muito rápido e aguenta mais tempo fazendo com que diminua alguns custos
- Uma salamandra que serve para torrar pão, gratinar polvo, bacalhau e entre outros
- Duas grelhas industriais
- Dois fornos a vapor que servem para cozinhar, gratinar, e assar

- Uma máquina de moer carne que ajuda muito quando fazem pratos, como canelones, hambúrguer e entre outros
- Um espremedor de laranja
- Um forno para assar pão
- Uma máquina de gelo
- Uma máquina de lavar loiças.
- Prateleiras de panelas, pratos e copos
- Bancadas quentes e frias

### **Funcionamento da cozinha no hotel Foya Branca**

#### **A mise en place da cozinha funciona da seguinte maneira no hotel:**

- Definir as doses da carne/peixe, cortando e guardando na câmara fria;
- Lavar e cortar os legumes (todos os dias);
- Desinfectar as verduras e saladas lavando-as com muita água;
- Empilhar os pratos em local acessível, de alcance rápido (Pratos de serviço para as saladas, pratos do dia, sopa e sobremesas);
- Separar previamente os materiais e utensílios a utilizar para evitar muitos movimentos no serviço;
- Fazer a pré-cozedura dos legumes;
- Preparar todos os dias os produtos a serem utilizados para a alimentação do pessoal.

Os pedidos feitos do restaurante e\ou bar respeitam a ordem de chegada, ou seja o primeiro pedido é o primeiro a ser confeccionado.

O hotel adopta um sistema de rotatividade do prato do dia, sendo que são pré estabelecidos quinze pratos do dia que vão sendo alternados consoante as disponibilidades do economato /mercado quanto à obtenção dos ingredientes

necessários para a confecção dos mesmos. Assim, ao início do dia começa-se a preparar a sopa do dia e os pratos desse dia de modo a que quando for feito o pedido apenas se dê os últimos retoques (assar no forno, ou simplesmente embratar). O Hotel estipulou estes quinze pratos do dia que estão sujeitos a modificações porque fez uma previsão de que os hóspedes não permaneciam no estabelecimento mais do que quinze dias, portanto há pouca probabilidade de ter um prato do dia repetido durante os quinze dias de estadia. Portanto, conforme é o menu do dia, assim é a mise en place da cozinha.

Para a realização do Buffet self-service, são preparadas na véspera as sobremesas, tais como: bavareses, pudins, gelados, pavés, arroz doce, tartes, mousses e baba de camelo, etc.

Para o buffet de pequeno-almoço as quantidades são calculadas com base no número de hóspedes existentes em casa. Deste modo o funcionário que dará o pequeno-almoço deverá tomar essa lista na recepção. Durante o pequeno-almoço caso houver ruptura de alimento este deverá ser feito e repostado.

### **Ficha Técnica dos Pratos no Hotel**

Todos os pratos vendidos no hotel possuem uma ficha técnica (em anexo 2) que é feito pela Chefe de Cozinha com o objectivo de apurar o custo de cada prato, de se chegar ao preço de venda e para que haja uma uniformidade na confecção dos pratos.

### **As normas HACCP- sua aplicação no Hotel Foya Branca**

A aplicação do sistema HACCP tem como objectivo a prevenção de doenças e danos causados pelos alimentos nos consumidores. Todos os operadores da cadeia alimentar em todas as fases de preparação, transformação, fabrico, embalagem, armazenagem, transporte, distribuição, manuseamento e venda ou colocação á disposição do consumidor, têm a responsabilidade de assegurar que produtos são seguros e próprios para consumo.

Na cozinha do Hotel Foya Branca, os manipuladores utilizam farda adequada e exclusiva para a sua função, como (salvo algumas excepções): touca, camisola,

calças, avental, calçado antiderrapante e devem mantê-la sempre a mais limpa possível.

A touca deverá ser 1ª peça a ser colocada, deve cobrir completamente o cabelo e estar limpo. Também possui áreas específicas, tabuas e facas de cores diferentes de acordo com o tipo de alimentos a ser manuseado.

### **Cores específicas para cada tipo de alimentos:**

#### **1-Tábua Amarela**

- Alimentos já confeccionados.

#### **2-Tábua Branca**

- Manuseamento de alho, cebola e batata.

#### **3- Tábua Verde**

- Manuseamento de legumes.

#### **4-Tábua Azul**

Manuseamento de peixe cru

#### **5- Tábua Vermelha**

Preparação da carne crua

### **Como é feito a redução de custos na cozinha do hotel**

No Hotel Foya Branca com o intuito de reduzir os custos na cozinha a Chefe costuma fazer o reaproveitamento dos produtos para evitar desperdícios. Quando existe muitas sobras relacionado aos serviços estes são conservados e servidos ao pessoal e no caso das sobremesas são conservados e depois são vendidos nos outros dias.

No Hotel costuma-se fazer a utilização das frutas que não estão com bom aspecto em vários doces, bolos, etc. Mas quando os produtos estão num estado que não dão para ser reaproveitados, antes de serem lançados fora, preenche-se uma ficha onde dá-se

baixa e ela é designada por nota de quebra (em anexo5) que vai servir como comprovativo e deve ser entregue a assistente de F&B.

Para se apurar a taxa de desperdício dos produtos brutos o Hotel possui uma ficha onde irá fazer essa análise que consistirá em saber depois de se fazer a limpeza do produto qual a quantidade de produto aproveitado e apurar a quantidade de desperdícios.

A cozinha também faz uso das seguintes fichas de controlo:

- Controlo do refeitório, em que esta ficha serve para contabilizar quantas pessoas que foram ao refeitório e também uma forma de conhecer os custos da alimentação do pessoal.
- Pesagem de pão, (em anexo6) serve para saber as quantidades de ingredientes gastos na confecção do pão de forma a apurar os custos.
- Ficha de pequeno-almoço, (em anexo7) nesta ficha consta todos os produtos e as suas respectivas quantidades que foram utilizadas no buffet de pequeno-almoço.

A chefe de cozinha entrega todos estes documentos a assistente de direcção de F&B, e esta deve assegurar a sua contabilização e o controlo.

#### **1.4.4 Restaurante**



**Ilustração 5-** Imagem do Restaurante do Hotel Foya Branca

O Resort Hotel Foya Branca possui dois restaurantes, um principal com esplanada onde é servido o pequeno-almoço e jantar e onde as refeições são mais elaboradas e



um snack-bar onde as refeições são mais ligeiras e são a base de grelhados e só é servido o almoço.

O restaurante do Resort Hotel Foya Branca possui uma decoração sóbria, quente que mistura objectos de inspiração africana com um mobiliário romântico com capacidade para 140 pessoas sentados com um bar de apoio, uma esplanada com casa de banho para homens e mulheres e ainda uma para deficientes. No restaurante do Hotel Foya Branca, oferecem o serviço de *buffet* no pequeno-almoço e o serviço *à lá carte* no jantar. Este hotel aposta numa ementa de pratos variados baseada em carnes, peixes e marisco, e oferece um serviço especial designado *Fondue*.

Também nesse restaurante são realizados eventos diversos nesse espaço como casamentos, ceias, jantares especiais.

### **Mobiliários e utensílios de Restaurante e Bar de Hotel**

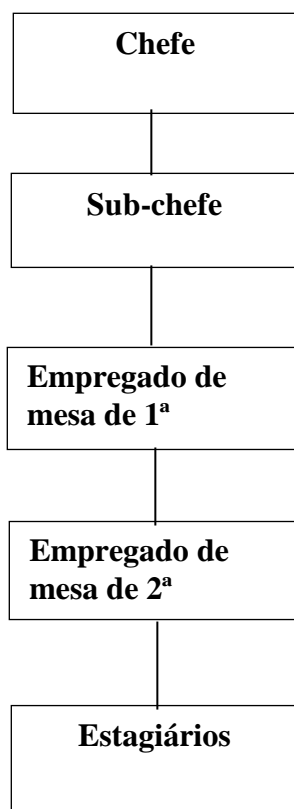
- Mesas: quadradas, rectangulares, redondas e ovais. A escolha do formato e tamanho das mesas depende do tipo da clientela que mais assiduamente frequenta o estabelecimento;
- Cadeiras: para o uso dos comensais adultos e crianças;
- Aparadores: destinados à guarda de talheres, roupas e outros utensílios necessários no decurso da refeição;
- Mesas auxiliares, (guéridons): destinadas a auxiliar no serviço à inglesa indirecto ou de apoio para o serviço de bebidas;
- Carinhos diversos: para o serviço de sobremesa, de bebidas, de frios etc.
- Mesa para “buffet”: destinada à exposição e ao serviço de pratos frios ou quentes, sobremesas, frutas, queijos e outros.

**Tabela 3-** Equipamentos e Utensílios do restaurante/bar

**Fonte:** Elaboração Própria

Equipamentos e utensílios	
Expositores	Liquidificador
Torradeiras	Aparelhos de ar condicionado
Máquina de Gelo	Máquina de água quente
Abridores de garrafas e latas	Electrocutores de insectos
Frigoríficos	Máquinas de loiça
Espremedor	Colher Bailarina
Copos diversos	Talheres de peixe, carne e de pão
Baldes de Gelo	Pinça de Gelo
Balcões refrigerados	Rechaud
Máquina de sumo	Aparadores
Bandejas	Cinzeiros
Grelhadores	Jarras
Máquina de café	Máquina de imperial
Espremedor de frutas	Pratos diversos
Máquina registadora	Panos de serviço

O organigrama do Restaurante está estruturado da seguinte forma:



**Ilustração 6-** Organigrama do Restaurante

**Fonte:** Elaboração Própria

### **Funções e Responsabilidades**

#### **Chefe de restaurante:**

- ✓ Organizar e orientar os serviços no restaurante e anexos;
- ✓ Distribuir os serviços de acordo com o número de categoria do pessoal;
- ✓ Explicar a sequência dos serviços assim como a composição dos pratos antes do início de cada serviço;
- ✓ Fazer inventários periódicos dos materiais da secção, velando pela sua conservação e higiene;
- ✓ Receber os clientes acompanhando-os às mesas, ajudando-os a sentar-se;
- ✓ Tomar nota dos seus pedidos e se a casa estiver cheia, pede auxílio do chefe de turno a tirar pedido de bebidas;
- ✓ Manter disciplina na secção.

### **Subchefe de restaurante**

- ✓ Substituir o chefe de restaurante na sua ausência
- ✓ Dirigir os trabalhos do Mise-en-Place;
- ✓ Ajudar o chefe de mesa na recepção dos clientes anotar pedidos.

### **Empregado de mesa de 1ª**

- ✓ Tomar a posição de chefe de turno, que significa ter um grupo de mesas desde os serviços de bebidas até a sobremesa;
- ✓ Executar e colaborar na preparação da sala e arranjos das mesas;
- ✓ Servir refeições e bebidas;
- ✓ Pedir e emitir conta do consumo dos clientes;
- ✓ Colaborar na arrumação da sala no final das refeições;
- ✓ Substituir o subchefe na ausência deste.

### **Empregado de mesa de 2ª**

- ✓ Fazer serviços de bebidas, Couvert e levantar pratos sujos dos clientes;
- ✓ Executar a colaboração na preparação da sala e arranjos de mesa.

### **Estagiários**

- ✓ Colaborar com os trabalhos executados pelos empregados de mesa de 2ª

## **Carta dos pratos no restaurante do Hotel Foya Branca**

O restaurante e o snack-bar estão devidamente equipados para fornecerem um serviço eficiente aos seus clientes. O menu no restaurante e no snack-bar são diferentes, só permanece igual o menu do dia em que este é diversificado existindo 15 ementas diferentes.

### **A carta dos pratos oferecidos no restaurante**

**Couvert** (paté, maionese, manteiga de alho, azeitona e pão)

### **Entradas frias**

- Cogumelos com presunto ou espargos
- Cocktail de:
  - atum e lasanha
  - salada Havai

- salada búzio ou polvo
- salada mista com iogurte
- Carpaccio de vaca ou atum
- Salada de papaia com camarão
- Salada de lagosta

**Entradas quentes:**

- Creme de lagosta
- Creme de espinafre
- Creme de banana com caril
- Sopa de peixe
- Camarão salteado com alho

**Mariscos:**

- Soufflé de mariscos
- Búzio salteado
- Feijoada de búzio
- Arroz de lagosta
- Espetadas de gambas
- Camarão á fragateiro
- Lagosta gratinada

**Peixes:**

- Peixe cozido com legumes
- Peixe grelhados
- Badejo
- Bacalhau com batatas

**Carnes:**

- Fricassé de galinha
- Frango grelhado
- Strogonoff
- Bife a cavalo
- Porco frito com cogumelos

- Arroz de pato
- Cabrito no Forno com cerveja

**Massas:**

- Pizza de atum
- Pizza de frango
- Bolonhesa de atum
- Esparguete á carbonara
- Talharine com cogumelos e natas
- Lasanha

**Sobremesas:**

- Doce Foya Branca (é feito com uma fatia de bolo Brauwnie por cima vai chocolate, chantilly e uma cereja)
- Tarte de limão
- Pudim de queijo
- Gelado da casa
- Banana flambeada

Doce Brauwnie (é feito com uma fatia de bolo com uma bola de gelado de baunilha depois chocolate quente e uma cereja).

**Funcionamento do Restaurante**

Todos os dias o pessoal do restaurante mudam a carta do prato do dia, mas de o fazerem tem que perguntar primeiro ao pessoal da cozinha qual o menu do dia isto porque as vezes por não haver um produto por factores diversos então têm que passar a ementa seguinte.

No restaurante o pessoal chega às 7:00 horas junto com o pessoal da cozinha para fazer o mise en place das mesas e preparar o pequeno-almoço que será servido a partir das 7:30 e vai até as 10:00, a partir de 12:30 às 14:45 é servido o almoço e a partir de 14:45 até 18:45 serviço de refeições ligeiras no snack-bar, das 19:30 às 23:00 é servido o jantar no restaurante.

### **Tarefas, para o pequeno-almoço**

- ✓ Verificar o fundo de caixa na recepção
- ✓ Adquirir a lista de hóspedes na recepção
- ✓ Verificar se a sala está preparada para o serviço de pequeno-almoço
- ✓ Colocar o buffet de pequeno-almoço
- ✓ Limpar das mesas e cadeiras
- ✓ Certificar se está tudo operacional para receber os hóspedes
- ✓ Controlar a mesa de buffet a medida que os hóspedes vão tomando o pequeno-almoço, para que não haja ruptura de comida
- ✓ Estar atenta aos clientes e ajuda-los no que precisarem

Terminado o pequeno-almoço, desmontam-se as mesas e o empregado de mesa faz o mise en place para o jantar (começa-se por retirar tudo o que foi servido no pequeno-almoço e levado para a cozinha, os equipamentos tais como o recipiente onde se coloca os sumos, as maquinas onde se colocam água quente, leite e café, pratos, talheres e copos para serem lavados e arrumados nas prateleiras, depois arrumam-se as mesas para o jantar). No mise en place, para o pequeno-almoço vamos encontrar uma faca de sobremesa á direita, um garfo de sobremesa á esquerda e uma colher de sobremesa, uma colher pequena para o café á frente, guardanapos de papel e açúcar em pacotes.

Os utensílios como chávenas, copos e pratos estão na bancada do buffet.

No hotel Foya Branca um funcionário fica responsável pelo pequeno-almoço e preparar o mise en place do jantar enquanto outro fica no snack-bar a preparar o mise en place do almoço.

### **Tarefas, para o almoço**

- ✓ Solicitar lista de hóspedes em casa
- ✓ Arrumar e limpar as mesas e cadeiras do snack
- ✓ Preparar Couvert
- ✓ Fazer requisições dos produtos necessários
- ✓ Limpar e arrumar o frigorífico
- ✓ Acomodar as requisições
- ✓ Limpar o bar

- ✓ Preparar as mesas para o almoço, limpa-se a porta-guardanapos repondo os guardanapos nas mesas, distribui-se os números e coloca-se os naperões nas mesas depois de estas serem limpas e arrumadas.
- ✓ Verificar se existe serviços pendentes, como informações do turno anterior
- ✓ Informar junto da cozinha quais os produtos que não têm disponível, de forma a informar o cliente
- ✓ Efectuar o serviço de mesa, desde a carta até o pagamento da conta
- ✓ Estar sempre atenta ao cliente
- ✓ Fazer a passagem de turno
- ✓ Lavar e arrumar todos os itens utilizados no serviço de almoço
- ✓ Arrumar as prateleiras
- ✓ Efectuar o fecho da conta do dia
- ✓ Desembaraçar do lixo
- ✓ Fechar o snack e entregar a chave na recepção

#### **Tarefas, para o jantar**

- ✓ Terminar o mise en place das mesas do jantar
- ✓ Limpar as mesas, cadeiras e esplanada
- ✓ Efectuar requisições
- ✓ Acomodar os produtos requisitados
- ✓ Preparar o couvert
- ✓ Obter informações acerca da predição dos hóspedes fornecidas pela recepção
- ✓ Informar junto da cozinha quais os produtos que não têm disponível, para que possam informar aos clientes
- ✓ Abrir às 19:30
- ✓ Efectuar o serviço de mesa, desde a carta até o pagamento da conta
- ✓ Estar sempre atenta aos clientes para poder ajudar no que precisarem
- ✓ Preparar a sala para o pequeno-almoço, após o serviço de jantar
- ✓ Fazer o fecho de caixa e entregar na recepção

No mise en place para o almoço e o jantar vamos encontrar uma faca de carne á direita, um garfo de carne á esquerda, um prato de pão com uma faca de manteiga á esquerda com um copo de água e de vinho á direita e um guardanapo de fazenda no meio. O serviço utilizado é o serviço empratado ou americana.



No Resort Hotel Foya Branca todos os fins-de-semana oferecem o serviço de rodízio aos sábados a noite a partir das 20H com música ao vivo e cujo preço é de 1400\$ e aos domingos o serviço de buffet a hora de almoço das 13h até as 15h e cujo preço é de 1600\$.

### **Serviço de Rodízio ou espeto corrido**

O serviço de rodízio é um serviço onde o cliente paga um preço fixo por pessoa e lhe é apresentado pelo empregado variedades de comida em varias ocasiões ao longo da refeição e o cliente vai comendo até se sentir satisfeito. Existem variedades de rodízios mas o praticado no Hotel Foya Branca é o rodízio de carnes. O empregado de mesa vai para a mesa do cliente com facas e um espeto com carne e onde é cortado fatias de carne e servido ao cliente. Enquanto vai decorrendo o rodízio o empregado de mesa vai apresentando diferentes tipos de carne aos clientes e onde estes decidem se querem ou não, e vão desfrutando de música cabo-verdiana ao vivo. Para acompanhar as carnes e chouriças o hotel oferece como bebida a caipirinha, uma feijão preto tipicamente brasileiro e como sobremesa ananás grelhado.

### **Serviço Buffet**

O serviço de buffet é um serviço em que os clientes servem eles próprios e os pratos estão em “rechauds” em cima de bancadas devidamente identificados. Para a realização do menu de serviço de buffet a assistente de F&B tem em conta o seguinte:

- Dois pratos de carne (branca e vermelha)
- Dois pratos de peixe
- Um prato de massa
- Guarnições
- Entradas (croquetes, rissóis, pizzas etc)
- Sobremesas

A assistente de F&B vai alternando o menu a cada fim-de-semana para não haver repetições.

As bebidas são servidas pelo empregado de mesa e é facturado ao consumo. Tanto o serviço de rodízio e de buffet são realizados no snack-bar e são serviços que foram

adoptados pelo hotel para não só atrair os hóspedes mas também os residentes da ilha e não só.

<b>Serviço</b>	<b>Pratos</b>
<b>Rodízio de carnes</b> – servido todos os sábados a noite com música ao vivo	<b>6tipos de carnes</b> – Picanha, Filémignon, Lombo de vaca, Lombo de Porco, Linguíça toscana e frango com acompanhamentos variados como: feijão preto, couve em juliana, batata frita, arroz, farofa e ananás grelhado
<b>Buffet</b> – Servido todos os domingos no almoço com piscina incluída	<b>Entradas quentes; Entradas frias</b>  <u>2 Pratos peixe</u> – no forno, grelhado ou confeccionado; <u>2pratos carnes</u> – no forno, grelhado; <u>1 prato de massa</u> ; <u>acompanhamentos</u> ; <u>Saladas</u> ; <u>Sobremesas</u> – 1 doce, 1 gelado, frutas diversas
<b>Snack – bar</b> – servido todos os dias com pratos ligeiros com música ambiente	Pratos do dia; Entradas quentes e frias; grelhados de peixe e carnes, lagosta; Sanduiches variados; massas; saladas; guarnições variadas
<b>Buffet de pequeno – almoço</b> - servido todos os dias de manha	Variedades de pães, bolo, ovos estrelados e mexidos, salsicha, bacon, iogurte frutas diversas, bebidas quentes, queijo, fatias douradas, mel, fiambre, manteiga, doces, sumos diversos
<b>Ementa dos jantares</b> – servido todos os dias (á la carte)	Entradas frias e quentes; pratos de carnes, peixe, mariscos; massas; guarnições; fondue; sobremesas variados.

**Tabela 4-** Serviços prestados pelo Resort Hotel Foya Branca

**Fonte:** Elaboração Própria

Os clientes, que fizeram reservas, no regime de Meia pensão/ HalfBoard tem direito á uma entrada fria ou quente, um prato peixe ou carne, uma sobremesa, café e água.

Existem pratos que se forem solicitadas por esses clientes, terão que pagar extras. São os seguintes pratos: camarão salteado, salada de papaia com camarão, salada de lagosta, espetada de camarão, arroz de marisco.

### **Gestão e Controle do Caixa**

A primeira tarefa a ser feita pelo responsável do caixa, é conferir o fundo de caixa, verificar o estado do rolo PUS. O hotel dispõe de um programa informático, onde se adere ao sistema, e efectuem todos os lançamentos do dia. No momento do pagamento, o responsável da caixa questiona o cliente se deseja fazer o pagamento a dinheiro ou se prefere que seja debitada em sua conta, caso for hóspede do referido hotel, depois de obter a resposta do cliente, deve se encerrar sua conta e emitir a factura. Nesse caso deve-se solicitar o número do quarto do cliente e pedir que este assine a factura.

No que se refere a troca de turnos dos responsáveis pela caixa, estes devem proceder da seguinte forma, o responsável do caixa que está a sair deve conferir suas contas (total dos recibos deve ser igual ao dinheiro em caixa mais o fundo de caixa), só então entregar a caixa a outra colega que o segue. No caso de ainda haver clientes com contas em aberto, o responsável do caixa deve entregar as contas ao substituto e passar todas as informações.

No término do trabalho, faz o fechamento do movimento do dia e estes ,cheques, moedas estrangeiras, moedas nacionais, os talões de cartão de crédito e facturas são todos entregues na recepção mediante assinatura do funcionário para a confirmação de todas as contas e facturas.

### 1.4.5 Bar



**Ilustração 7-** Imagem do Bar/Snack-bar do Resort Hotel Foya Branca

**Fonte:** Elaboração Própria

No Resort Hotel Foya Branca existem três bares. Um dos bares é utilizado para servir o almoço (Snack bar), alguns alimentos rápidos e bebidas. O segundo fica dentro do restaurante e o terceiro na piscina no fundo do hotel.

### A carta de bebidas do Resort Hotel Foya Branca

#### Bebidas alcoólicas:

- Fermentadas: Cervejas e vinhos
- Fermento destiladas: Aguardentes de cana; Rum; Whisky; Conhaque; Tequilla; Vodca; Gin
- Outros: Vermute; Licores; Ponche.
- Champanhe

#### Vinhos

- Tintos
- Brancos
- Verdes
- Rosés
- Espumantes

#### Bebidas não alcoólicas:

- Com gás: águas; refrigerantes
- Sem gás: águas; sumos
- Quentes: chá; cafés

### **Regras importantes para que o serviço de bar seja de qualidade**

- Transportar todas as bebidas, copos, gelo etc. com a bandeja
- Apresentar bem as bebidas para aguçar o apetite do cliente
- Bater as bebidas com intensidade para se obter a qualidade almejada do produto
- Manejar os copos sempre pela base
- Preparar uma mistura deve-se seguir os seguintes passos: gelo cristalino – suco de frutas e produtos lácteos – licores ou xaropes – bebidas finas, com os destilados – bater ou mexer
- Colocar os copos a serem servidos sempre sobre pires ou suportes para copos
- Usar gelo rijo e cristalino no preparo das misturas dando desta forma um melhor aspecto às bebidas
- Servir as bebidas pela direita do cliente
- Apresentar a garrafa ao cliente quando este for servido directamente
- Trocar constantemente os cinzeiros
- Ter sempre a mão isqueiros ou fósforos

### **Procedimentos de serviços**

#### Acolhendo o cliente

Os clientes são ser recebidos com toda a cortesia, acomodados nos locais disponíveis e de agrado dos mesmos.

#### Tirando o pedido

Apresentar a carta do bar. Após ouvir com atenção o pedido do cliente, anotar a solicitação.

#### Servindo o pedido

Antes de servir o pedido, conferem para ver se o mesmo está de acordo com a comanda e se os copos ou taças estão em perfeito estado. Transportar as bebidas sobre a bandeja.

### Comandas e notas fiscais

Todos os pedidos são ser registados em comandas. Após o consumo, a nota fiscal é apresentada ao cliente que pode paga-la ou assina-la. Caso for assinada, será encaminhada á recepção para ser debitada na conta do cliente.

No fechamento da conta, questionar os clientes se desejam notas separadas, deste modo não há necessidade de anular notas fiscais, e o serviço fluirá mais rapidamente.

### Saída

Manter um clima amistoso durante toda a permanência do cliente, inclusive por ocasião de sua saída.

### **Controlo de Bebidas no Bar e Restaurante**

É feito diariamente, (ficha em anexo4) através da contagem física de todas as bebidas existentes no bar e restaurante e se preenche uma ficha para verificar se está tudo em conformidade. Todos os dias a ecónoma imprime um relatório de vendas do dia anterior do bar e do restaurante, este relatório permitirá saber as quantidades vendidas. A soma das quantidades vendidas no dia anterior de cada bebida (unidade) e a existência do dia actual deve ser igual a existência Inicial (stock fixo.)

## **CAPÍTULO II – ATIVIDADES DESENVOLVIDAS**

### **2.1 Metodologia**

Para a realização deste trabalho foi preciso seguir algumas etapas a fim de se atingir os objectivos pretendidos na qual consistiu em uma observação directa, ou seja estar atento ao que se fazia em cada operação e depois além de observar passar a execução prática das tarefas a fim de aprimorar as operações ordenadas para uma maior liberdade na execução das operações.

Este trabalho é constituído pela fundamentação teórica que serviu como suporte para o trabalho, e a descritiva onde se efectuou uma descrição detalhada das actividades desenvolvidas no Resort Hotel Foya Branca mais concretamente no departamento de F&B.

### **2.2 Caracterização Científica do Departamento de F & B**

#### **2.2.1 História da Hotelaria**

A Hotelaria é composta por um conjunto muito vasto e diversificado de contactos com os clientes constituindo uma das mais antigas actividades humanas.

Tem por objectivo a prestação de serviços que correspondem á satisfação das necessidades mais elementares do homem, e alimentação, além de outras. Com o decorrer e evolução dos tempos os homens começaram a viajar para realizar os seus negócios e com os transportes eram relativamente lentos obrigava-os a uma necessidade de alojamento e logo de se alimentarem com mais frequência.

Segundo dados históricos, as primeiras hospedarias apareceram no séc. IV antes Cristo onde sob o título da “ casa que recebe a todos” eram recebidos como hóspedes, os comerciantes, os peregrinos religiosos, homens do estado e ainda mendigos.

A hospitalidade nasceu por força das necessidades humanas onde os comerciantes tinham de trocar os seus produtos disponíveis por outros necessários ou por moeda e

devido á falta de estradas e transportes velozes não podiam regressar às suas residências tão rapidamente.

As hospedarias ou estalagens nesse tempo eram explorados por uma pessoa ou por casais, auxiliados por familiares e dispunham para a pernoita, alguns quartos individuais ou duplos, e geralmente de uma espécie de camarata para funcionar como alojamento colectivo. A alimentação normalmente era confeccionada pela dona da casa e era comum a todos.

Com a descoberta da máquina a vapor, seguido do motor de explosão, os sistemas de transportes sofreram uma grande transformação radical e como consequência foram aparecendo os hotéis e hospedarias instalados em zonas de fim de linha e em zonas portuárias onde se ia verificando a presença de barcos a vapor transportando carga e passageiros. Com o aparecimento do comboio, do navio, do automóvel e por fim do avião verificou-se uma autêntica revolução nos meios de transportes, que se manifestou na procura e escolha de serviços, obrigando aqueles que nada se tinham preocupado com a qualidade dos serviços, assim a melhora-los da melhor forma. Portanto apareceu por assim dizer uma nova era na arte de servir que tem vindo a evoluir até aos nossos tempos.

Já no século XIX, com o aparecimento do comboio, assinalam-se os primeiros movimentos turísticos, havendo obras que referem a “Thomas Cook” como o primeiro operador turístico ainda na primeira metade do século. As viagens de recreio as estadias termais, as férias nas praias as curas de repouso e o desporto de montanha, foram outras razões para que a concorrência se fizesse notar, fazendo evoluir favoravelmente a arte de receber até á hotelaria actual.

Foi a partir da década de 1950-60 e na sequência das varias transformações sociais, por efeito da segunda guerra mundial que se verificou a maior transformação na hotelaria, influenciada primeiramente pelo aparecimento do avião a jacto que proporciona uma rápida e fácil deslocação.



### **2.2.2 Funcionamento do Departamento de F&B**

Segundo Castelli (2003,p.293) “a área de Alimentos e Bebidas, dentro da estrutura organizacional e funcional do Hotel, é a mais complexa. Tem se constituído num verdadeiro “calcanhar de Aquiles “para muitos administradores de hotéis, sobretudo porque, nessa área, as despesas com mão-de-obra são aproximadamente, 2,5 vezes maiores do que no sector de hospedagem, e a receita é 4 vezes menor, comparativamente com o mesmo sector. Face a esta situação, muitos hotéis têm optado pela terceirização desta área. Para muitos hotéis tem-se observado que a área de Alimentos e Bebidas é um negócio rentável, representando 40%, ou mais da receita do Hotel. Isso acontece na medida em que ela for dotada de excelente organização e controle, sob o comando de um excelente administrador.”

Segundo Castelli (2003,p.296) “ Dificilmente poder-se-á ter sucesso na condução desta área, se a pessoa incumbida desta importante tarefa não estiver respaldada por uma gama de conhecimentos indispensáveis, por habilidades e atitudes profissionais condizentes”

#### **Funções e Responsabilidades da Gerência de Alimentos e Bebidas**

- Planejar, supervisionar, coordenar e controlar as actividades na área de comidas e bebidas;
- Zelar pelas boas condições de higiene e segurança nos locais que oferecem comidas e bebidas;
- Zelar pela perfeita condição de higiene e segurança dos produtos nos locais onde são estocados;
- Zelar pelas condições de segurança no trabalho;
- Supervisionar o processo de elaboração dos alimentos e bebidas nos diversos pontos de produção, analisando a sua qualidade e quantidade;
- Rever as fichas técnicas, propondo alterações, quando for o caso;
- Supervisionar o recebimento de mercadorias, verificando a sua qualidade e quantidade;
- Analisar periodicamente os preços de venda, tendo em vista as variações de custo;
- Atender eventualmente a fornecedores que desejam apresentar novos produtos;
- Supervisionar e participar do inventário de matérias estocados;
- Supervisionar as escalas semanais de trabalho e o esquema de revezamento;

- Coordenar a programação anual de férias dos seus subordinados;
- Assessorar no recrutamento, na selecção e no treinamento do pessoal afecto á sua área de mando;
- Seguir e fazer seguir as normas do hotel;
- Colaborar e acompanhar a elaboração do orçamento do hotel,
- Elaborar relatórios, encaminhando-os á gerência geral;
- Requisitar o material necessário para a execução dos serviços.

## **Compras**

Segundo Castelli (2003,pag.538) “ O sector de compras está subordinado ao gerente administrativo. A estrutura funcional desse sector depende muito do tipo, tamanho e da filosofia de trabalho de cada hotel. Objectiva-se também enquadrar o sector de compras dentro da estrutura funcional de um hotel de porte médio, dentro de uma filosofia de trabalho mais profissional...”

Actualmente, a gestão de compras é tida em conta como um factor estratégico nos negócios, de empresas focalizando o volume de recursos, sobretudo, financeiros. A função desta actividade, que compactua com todos os departamentos de uma empresa, tem como objectivos de eficiência a obtenção dos materiais certos, das quantidades correctas, das entregas atempadas e dos preços mais vantajosos.

Para Carvalho (2010,p.169) “ a gestão de compras refere-se a todas as actividades necessárias para a efectiva gestão de relações com os fornecedores. Tem a sua atenção centrada na estruturação e melhoria contínua do processo de compras dentro da organização e entre a organização e os seus fornecedores”

A secção de compras tem como principais responsabilidades a escolha de fornecedores adequados e a negociação de preços. É legítimo afirmar que são necessários contributos de outros departamentos tanto para a pesquisa e avaliação de fornecedores como para a negociação de preços. Segundo a observação anterior, e num sentido amplo, pode -se dizer também que comprar é uma responsabilidade de todos.

A compra é uma tarefa de grande responsabilidade, pois não só envolve elevadas despesas, como também é o ponto de partida do qual é definido o custo e qualidade do produto final. O chefe de cozinha pode ser um excelente profissional, mas se o produto com que trabalha não for o indicado, o resultado de confecção nunca será o desejado.

Por estas razões, é essencial que as compras sejam centralizadas em uma só pessoa, ou em um só serviço, com o objectivo de garantir o melhor controlo de qualidade e de preço dos produtos, retirando assim este peso das atribuições e das responsabilidades dos chefes das diversas secções, permitindo que estes se dediquem apenas às suas funções específicas.

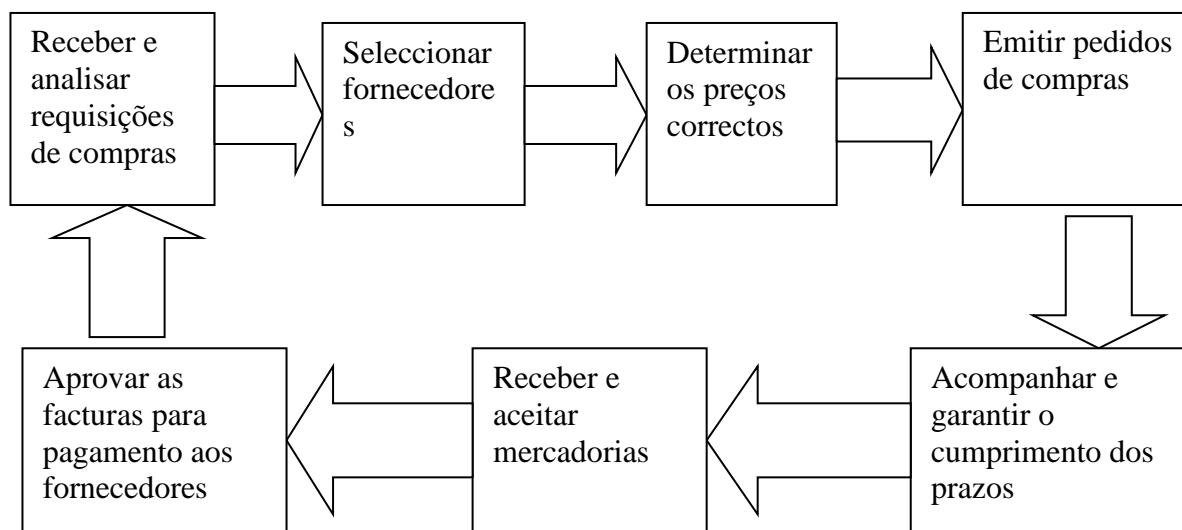
### **O Chefe de Compras**

O chefe de compras é o elemento responsável por todas as aquisições no estabelecimento, pelo que esta função exige elevados conhecimentos técnicos, nomeadamente ao nível da apreciação e distinção das várias qualidades de produtos, bem como da sazonalidade dos mesmos.

A este profissional também se exige uma total lealdade e honestidade para com a empresa. Terá que possuir capacidade de resistência suficiente às tentativas de suborno a que está sujeito por parte de alguns fornecedores. Além disso, deve manter uma lista sempre actualizada dos fornecedores para poupar tempo na hora de cotar preços. Outro ponto importante é a habilidade do Chefe de compras em manter relacionamentos, estes são importantes na hora de negociar preços e prazos.

## O Ciclo de Compras

O processo de requisição de produtos é definido por:



## A Selecção de Fornecedores

Actualmente, as empresas necessitam cada vez mais de desenvolver produtos com qualidade e capazes de concorrer no mercado. Para que tal seja possível, são necessários bons fornecedores com capacidade de garantirem materiais de qualidade, bons prazos de entrega e preços acessíveis. Para o discernimento da melhor opção a tomar, os departamentos de compras analisam os fornecedores utilizando critérios de baixo custo e qualidade.

A negociação em compras é um factor importante no que diz respeito, por exemplo, à negociação de preços entre profissionais de vendas e o negociador da empresa. A negociação é baseada nas teorias das decisões, na comunicação e na sociologia. No desenvolvimento de um processo de negociação é fundamental ter um domínio relativamente grande quanto ao que se negocia.

O fornecimento à empresa pode ser caracterizado segundo três fontes:

### **Fonte única**

O Fornecimento segundo fonte única requer exclusividade, devido à tipologia do produto ou a especificações por parte do fornecedor.

### **Fonte múltipla**

Tal como o nome indica, são utilizados mais do que um fornecedor, o que dá origem a uma maior concorrência entre si, desencadeando melhores preços e serviços para as empresas.

### **Fonte simples**

Este tipo de fornecimento requer planeamento por parte das empresas. Compactua-se com um fornecedor, escolhido entre vários, com o intuito de um fornecimento por longo prazo.

### **Stock**

Para uma melhor compreensão sobre os stocks consideram-se dois factores: quanto maior for o stock numa empresa maior é a quantidade de capital imobilizado e nunca poderá faltar produto para venda. Quando o objectivo das empresas passa por garantir o menor volume de stock possível, correm muitas vezes o risco de perder vendas por falta de produtos. Além disso, consoante o negócio em causa, salientam-se ainda a sazonalidade envolvida e o facto de que produtos diferentes possuem médias de entrada e saídas diferentes.

Com o intuito de garantir o equilíbrio nestes dois aspectos, as empresas devem ter a capacidade de reunir o máximo de informação possível. Os históricos de vendas por produto e por ano são dois exemplos que se devem ter em consideração. Para a minimização de stocks, deve-se ter ainda ponderação quanto aos prazos de entrega dos fornecedores, isto é, quanto menores forem os prazos menores serão os stocks.

## **Controle de Compras e Stock**

Para a optimização dos volumes de compras o planeamento de stocks surge como elemento essencial devido à ligação que efectua com a produção e as vendas.

Para o desenvolvimento desta actividade devem ter em conta os seguintes critérios:

- Actualizar constantemente o custo de cada produto;
- Determinar os períodos de compra e dos tamanhos dos lotes de cada produto para cada fornecedor;
- Estabelecer o stock de segurança, mínimo e máximo para cada produto;
- Planear constantemente as quantidades de stock, baseadas em previsões de vendas;
- Controlar a disponibilidade do stock para eventuais faltas repentinas;
- Comparar o custo de cada produto com o custo de o colocar em stock;
- Controlar o stock físico diariamente;
- Realizar inventários periódicos com a finalidade de se compararem com os dados de controlo de stock;
- Colocar o stock num local estratégico;
- Identificar, ordenar e etiquetar os produtos;
- Codificar os produtos para uma consulta mais rápida;
- Actualizar os sistemas de informação para obter acessos e consultas rápidas de quantidades disponíveis de cada produto em stock.

## **A Importância do Stock de Segurança**

O stock de segurança deriva de incertezas como atrasos de reabastecimento de stocks, rendimentos de produção abaixo das expectativas, desvios na previsão de vendas, entre outros. O dimensionamento ideal para este tipo de stock é a componente mais difícil de obter. Por um lado, o excesso de stock origina custos de manutenção, financeiros (capital imobilizado) e de armazenagem. E, por outro lado, o défice de stock origina perdas de vendas (devido a rupturas de stock) e rejeição de pedidos, que levam a um nível de serviço insatisfatório para o cliente. Como tal, a principal questão

relativa ao dimensionamento de stocks de segurança passa pela determinação do stock mínimo, que irá garantir o nível de serviço ao cliente, pretendido pelas empresas.

Os custos de manutenção de stocks ou de vendas perdidas são, normalmente, ignorados por não serem registados na contabilidade das empresas. É recorrente a falta de informação, por parte das empresas, sobre os custos de excesso ou de falta de stock num determinado período da operação. Para avaliar a situação de stock é necessária uma análise destes custos de maneira a que o seu desconhecimento não provoque outros custos desnecessários.

Outro factor a ter em conta para um correcto dimensionamento de stock de segurança, é a utilização da meta de vendas para as empresas que a utilizam como previsão da procura. A sobrevalorização da meta, em relação à procura real ou provável, implica um acréscimo de stock ao mínimo necessário.

### **Economato**

Segundo Manuel Ai Quintas (1988, pag.182) “ o economato é a instalação onde são armazenados os géneros, mercadorias e outros artigos necessários ao serviço de refeições e bebidas do estabelecimento.”

### **Armazenagem de mercadorias**

A armazenagem dos géneros alimentícios o mais rápido possível aquando da sua recepção. Antes do armazenamento todos os produtos devem ser retirados da sua embalagem exteriores, tendo o cuidado de manter a integridade do rótulo ou etiqueta de identificação.

O economato deve ser um local seco, bem arejado, limpo e organizado. As prateleiras devem ser de material resistentes, não tóxico, lavável e facilmente desinfectável. Devem estar afastados da parede e pavimento, com uma distância de 20cm.

Alguns cuidados a ter:

- Os alimentos devem ser arrumados por categorias, e de maneira a que os primeiros a entrar sejam os primeiros a sair, sempre tendo em conta o prazo de validade

- Todos os produtos devem manter o rótulo ou a etiqueta de origem voltada para a frente
- Os produtos alimentares líquidos e aquosos, açúcar, farinha, sal devem ser arrumados nas prateleiras inferiores, de modo a evitar que derramem sobre outros produtos
- As substâncias perigosas, ou não comestíveis devem ser acompanhadas de identificação adequada e armazenadas em recipientes ou contentores separados e fechados de forma segura

### **Armazenagem no frio**

Todos os produtos devem estar devidamente acondicionados, em recipientes ou sacos devidamente apropriados, sem contacto directo com o ar e munidos com a etiqueta com a data de entrada de cada produto na câmara e com o respectivo rótulo.

### **Câmara de refrigeração**

Os alimentos crus refrigerados devem ser mantidos a temperatura de 1 a 4°C. A arrumação dos alimentos devem ser feitos por grupos de modo a minimizar os perigos de contaminação cruzada e a transmissão e absorção de cheiros. Em cima devem estar os alimentos confeccionados e os lacticínios, no meio devem estar as carnes e pescado, em baixo os produtos em fase de descongelação e em baixo e nas gavetas os vegetais

### **Câmara de congelação**

Os alimentos congelados devem ser conservados a uma temperatura igual ou superior a -18°C.

### **Restaurante**

Segundo Cracknell e Nobis (1996,p.16) “O restaurante vem da palavra “restaurar” e a princípio estes lugares ofereciam apenas caldos revitalizantes e tonificantes. O primeiro restaurante como conhecemos hoje foi aberto em Paris em 1782 por Monsieur Beauvilliers que fora chefe de cozinha do Conde de Proença, e o seu estabelecimento era um lugar de alta classe e adquiriu rapidamente muito boa reputação.



Em 1820 já havia centenas de restaurantes por toda a França e passaram a fazer parte do padrão social da vida dos franceses. A história dos restaurantes faz-nos lembrar os nomes bem conhecidos de donos de restaurantes que depois de trabalharem como chefes de mesa durante muitos anos, abriram os seus próprios restaurantes. César Ritz, foi um deles que depois se tornou director do seu próprio grupo de hotéis.”

### **Ambiente do Restaurante**

Para além da comida e bebida há vários outros factores que contribuem para o prazer de uma refeição num restaurante, como a atmosfera dentro da sala, a cor das decorações, o elemento humano, o lay-out e o mobiliário. Cada estabelecimento é projectado para satisfazer as exigências de uma classe particular de cliente e a impressão geral que se tem á entrada deve reflectir a necessidade particular do consumidor. A comida é indubitavelmente o foco de todo o processo e a escolha, a execução e o serviço da refeição devem ser perfeitos em todos os aspectos.

### **Os métodos e níveis de serviços**

Segundo Cracknell e Nobis (1996,pag.19) ” o ambiente do lugar em que se serve ao público varia de acordo com as necessidades do cliente e o objectivo do estabelecimento. O fornecimento de comida pode classificar-se em sete níveis de serviço e cada nível pode caracterizar-se do seguinte modo:

1. O método básico mais utilizado é o self-service que se tornou popular por causa da falta de mão-de-obra durante a segunda guerra mundial. É agora o método mais largamente usado porque satisfaz as exigências dos estabelecimentos industriais e institucionais do ramo onde se serve grande número de pessoas.
2. O segundo nível é o Snack- Bar, esta forma de serviço é usada em cinemas e teatros e em supermercados que servem refeições, satisfaz agora as exigências do ramo em muitos lugares públicos com pequenas adaptações, numa cantina ou bar de hotel.

3. O terceiro nível é serviço empratado ou á americana, que tem vindo recentemente a subir no mercado e usa-se largamente nos restaurantes de 1ª classe. A comida é posta no prato respectivo pelos chefes de cozinha, de uma maneira artística, depois é coberta com uma tampa mas mesmo no nível mais baixo este serviço não deve ser considerado inferior uma vez que pode ser exactamente o método certo para muitos restaurantes especialmente aqueles que têm empregados de mesa sem formação específica, o serviço empratado tornou-se popular em muitos restaurantes de classes nos EUA há mais de 60 anos isto porque retirava algum pretensiosismo que existe com outras formas de serviço.
4. Serviço de Buffet, é a melhor forma de serviço á utilizar se é desejável que os clientes se misturem uns com os outros e se a sala não é suficientemente ampla para todos ficarem sentados formalmente. Também permite reduzir o pessoal uma vez que apenas são precisos empregados para trincar e levantar os pratos.
5. Serviço á inglesa, directo, é um serviço em que a comida é colocada em travessas pelo chefe de cozinha e transferido directamente pelo empregado de mesa para o prato do cliente na mesa. O empregado de mesa tendo recebido comida suficiente para uma série de pessoas decide quanto deve dar a cada uma.
6. Serviço a Francesa, neste caso a travessa de comida destinada a um dado número pessoas é apresentado pelo empregado de mesa ao cliente para este se servir da quantidade que deseja. Esta é a forma de serviço usado ainda hoje nos clubes, na mesa de honra nas faculdades e em casas reais
7. O nível mais elevado é o serviço a inglesa, indirecto, onde é utilizado o guéridon, ou mesa de apoio que é levada até junto da mesa da pessoa a servir, e qualquer operação necessária como trincar é feito ali, só pessoal muito habilitado ou bem treinado, pode encarregar-se desta forma de serviço.”

## **MISE- EN -PLACE**

Segundo Janeiro (1997,p.45) “o trabalho de mise-en-place bem estruturado deve ser considerado, entre os outros trabalhos diários de profissional de Hotelaria, dos mais úteis para o bom desempenho do serviço. A eficiência deste trabalho dá ao profissional de hotelaria nas horas de serviço directo a garantia de tranquilidade.”

Tarefas:

- Colocar as mesas nos seus lugares alinhando uma com as outras sempre que possível;
- Verificar se as flanelas bancal estão em bom estado e esticadas;
- Colocar as toalhas nas mesas tendo em atenção, que o vinco central desta esteja na direcção do local estabelecido de início pelo chefe de mesa, assim como, nas mesas redondas, que as pontas das toalhas fiquem a cobrir as pernas da mesa;
- Marcar os lugares nas mesas com o guardanapo, colocando este 0,5cm a 1cm do bordo da mesa e com a ponta aberta para o lado direito;
- A faca para carne coloca-se no lado direito do guardanapo e o garfo para carne do lado esquerdo, ambos com 0,5cm a 1cm desviados do guardanapo e do topo da mesa.
- O copo para vinho tinto coloca-se no enfiamento do bico da faca e o copo da água a esquerda deste.
- O prato para o pão coloca-se com 5cm, aproximadamente, desviado do topo da mesa e com 0,5cm a 1cm do garfo. A faca para a manteiga coloca-se no prato para o pão no sentido vertical ou longitudinal conforme o gosto do chefe de mesa. Colocam-se ainda saleiro e pimenteiro, pequena jarra com flores e nº de mesa
- As cadeiras devem ser colocadas de maneira que a toalha de mesa, caída em perpendicular, toque na parte considerado a frente da cadeira.

### Serviço de refeições

Antes de se iniciar o serviço de refeições no restaurante, há um conjunto de operações prévios que devem merecer a atenção dos chefes e dos seus colaboradores para se poder oferecer ao cliente um serviço esperado e rápido.

- Por qualquer circunstância pode haver necessidade de proceder a troca na distribuição dos elementos da brigada do restaurante;
- O chefe de mesa, deve rever os nº das mesas de que tomou nota, ou a pessoa que o substituiu, na agenda de reserva;
- Verificar se o nº de pessoas indicado na agenda está em conformidade com os couverts colocados nas mesas;
- Cada chefe de turno deve rever o mise-en-place e o aparador do seu turno;
- Certificar-se do conteúdo da emenda, o mesmo se fazendo em caso de ser utilizado o serviço de buffet, isto, como evidente, para a refeição de almoço;
- Em caso de restaurante de hotel onde a permanência de hóspedes é frequente, deve o profissional trazer para o restaurante as bebidas engarrafadas já encetadas e não necessariamente consumidas,
- O profissional deve estar no seu lugar em posição correcta, tendo como principal preocupação a melhor comunicação com os clientes.

### **Etiqueta**

Segundo H.C.Cracknell - G.Nobis (1996,pag.78)” é importante recordar que o empregado de mesa está sob constante observação por parte do cliente. Assim sendo, enquanto se encontrar na sala de jantar deve tomar todas as precauções de modo a conduzir-se sem causar mal-estar a qualquer cliente. Os pontos seguintes podem ajudar a conseguir esse objectivo:

1. Manter-se apurado de toda a vez que se encontrar sob observação do cliente para dar uma impressão de eficiência

2. Caminhar com energia, dando passos regulares, mas não correr, porque isso sugere estado de confusão
3. Tratar todos os clientes com deferência que se daria a uma pessoa importante
4. Demonstrar trato gracioso por meio de saudação formal mas agradável, ter uma entoação de voz apropriada e cortesia e tacto nas relações com os clientes
5. Procurar evitar qualquer sinal de familiaridade com os clientes
6. Tomar cuidado para não ouvir, nem parecer ouvir a conversa dos clientes
7. Trabalhar sempre com eficiência e calmamente
8. Evitar dar a impressão que se espera receber gratificação
9. Demonstrar sempre atenção para com os clientes
10. Manter a calma e não travar conversação com outros membros do pessoal na sala de jantar
11. Evitar tocar no cabelo na sala de jantar porque não é higiênico
12. Evitar se encostar às paredes ou aparadores
13. Tratar com eficiência os comentários favoráveis ou queixas dos clientes
14. Lembrar-se de dizer “obrigado”

## **Bar**

Segundo Castelli (2003), bar é um local público onde se vendem bebidas alcoólicas, acompanhadas, por vezes, de petiscos. As bebidas são servidas ao longo de um balcão ou em mesas onde o próprio desempenho do barman se constitui um dos componentes essenciais do ambiente.

Segundo Cracknell e Nobis (1996,p.178) “ o escanção é o empregado que serve á mesa do restaurante vinhos e outras bebidas. Os industriais do ramo apercebem da necessidade de uma pessoa que tenha bons conhecimentos sobre vinhos para assegurar que a venda deste artigo seja maximizada. Um bom escanção pode aconselhar sobre que qualidade de vinho liga melhor com determinado alimento e assim promover os produtos com tal autoridade que o investimento produza sempre alto rendimento.

Não há duvida que a venda de vinho aumenta de maneira significativa os lucros de um restaurante e pode em alguns casos compensar menor quantidade de lucro

proveniente da venda dos alimentos. Não é invulgar que um vinho se venda por um preço quatro ou cinco vezes o valor que custou, sendo a percentagem de lucro obtida pela fórmula:

Preço de venda= Preço de custo/ percentagem do preço de custo X 100/1

Por exemplo, um restaurante compra vinho a 490\$00 a garrafa e deseja fazer 50% de lucro bruto em cada garrafa; o cálculo é

$$490\$00/50 \times 100/1 = 1.960\$00$$

### **Regras gerais do serviço dos vinhos**

Segundo Cracknell e Nobis (1996,p.185)”para abrir uma garrafa de vinho primeiro verificar se é a que foi pedida, depois cortar a folha metálica abaixo da boca da garrafa e tira-la com delicadeza; limpar a boca da garrafa e o gargalho e introduzir o saca-rolhas mesmo no centro da rolha até atingir a extremidade desta mas se, ir mais além. Puxar com firmeza e suavemente e fazer sair a rolhas em ruído. Limpar o interior do gargalho com o pano de serviço, certificar-se que a rolha está boa e deitar uma pequena quantidade de vinho no copo do anfitrião para saborear e aprovar, depois começar pelos copos das senhoras, a seguir os dos cavalheiros e finalmente o do anfitrião, fazendo isto pelo lado direito do cliente. A garrafa deve ser aberta onde o cliente possa ver essa manobra.

Para deitar vinho de uma garrafa, segura-la pelo lado oposto ao rótulo e inclina-la com movimento do pulso até o copo ficar pouco mais de meio cheio, sem deixar a garrafa tocar no copo; parar de deitar levantando a mão a partir do pulso, rodando a garrafa ligeiramente para um lado para evitar que caiam gotas na toalha.”

### **Controlo das bebidas**

Segundo Moser (2002, pag.77) “[...]o controlo é um instrumento de gestão, através do qual pode ser avaliado o desempenho de qualquer operação de comidas e bebidas, relacionando indicadores de gestão previamente estabelecidos com valores reais.”

Segundo Cracknell e Nobis(1996,p.189) “ o encarregado da cave geral deve manter o seu departamento sob um sistema de controlo claro de acordo que possibilite um registo exacto de todos os movimentos dos produtos em armazém e assegure uma conveniente rotação dos mesmos. O controlo da garrafeira é necessário para ter a certeza de que há sempre uma provisão suficiente de cada produto, para satisfazer a procura conhecida ou em perspectiva. Quando é entregue o fornecimento, regista-se a quantidade entrada na folha do armazém, sob o número ou nome de secção, e de toda a vez que se faz uma entrega deve registar-se a saída na ficha de stock da secção

A documentação da cave geral pode incluir todos ou alguns dos seguintes elementos: livro de encomendas, livro de entrega de mercadorias, registo de entradas, cartões da secção, registo de saídas diárias. Não se pode entregar nenhum produto sem se receber uma requisição devidamente assinalada.”

### **Cozinha**

Segundo Castelli (2003, p. 385) “A cozinha forma um conjunto ordenado de equipamentos e instalações, perfeitamente integrados para a produção de refeições. A cozinha, como unidade de produção, exige um estudo detalhado das instalações, dos materiais, da deposição dos locais e dos métodos de trabalho. Uma cozinha bem planejada, com métodos de trabalhos apropriados, torna-se altamente produtiva

### **Requisitos da brigada da cozinha**

A brigada da cozinha deve primar por alguns requisitos de qualidades como:

- Limpeza – é primordial, simplesmente por que o pessoal da cozinha manipular alimentos que serão consumidos pelos clientes. Higiene não só pessoal, dos uniformes e dos objectos utilizados.
- Postura
- Pontualidade – executar os pedidos á tempo certo nem depressa de mais e nem com excesso de demora.
- Responsabilidade – pois um pequeno descuido produz um efeito multiplicador negativo sobre o cliente

- Organização – ter os equipamentos e utensílios nos lugares adequados.
- Criatividade – reaproveitar matérias prima em bom estado.
- Vocação.

### **Equipamentos e utensílios**

Segundo Nunes (1996,pag.71) “as unidades hoteleiras, qualquer que seja a sua dimensão e localização, agrupam no seu interior uma complexa gama de equipamentos de natureza técnica que no conjunto, garantem o desenvolvimento da actividade da empresa, permitindo proporcionar aos utentes os serviços próprios da sua vocação e finalidade, ao nível da sua classe e de acordo com as normas e legislação definidas para a indústria a que pertencem e as condições de segurança nacional e internacionalmente exigidas.

A cozinha é considerada o termómetro de um hotel e merece uma atenção maior dos arquitectos em conseguir adequá-la as normas sanitárias e de segurança e que ao mesmo tempo seja economicamente funcional e viável gastronomicamente. Por isto que é necessário que a cozinha tenha equipamentos modernos, resistentes e de fácil manutenção.”

Segundo Nunes (1996,p.101) “os equipamentos das cozinhas, no que concerne aos aparelhos de utilização térmica, são grandes consumidores de energia, podendo utilizar diferentes fontes energéticas (electricidade, gás, combustíveis líquidos, carvão, lenha e vapor de água em determinados aparelhos).Contudo, a actual concepção destes equipamentos utiliza, quase exclusivamente, a electricidade no seu funcionamento, muito embora se possam ainda encontrar, principalmente em unidades de pequena e média dimensão, aparelhos a gás.”



## Ficha Técnica dos Produtos

A ficha técnica é um instrumento fundamental em qualquer cozinha de restaurante e quanto maior for o grau de precisão da mesma, mais fácil tende a ficar a administração do negócio

Preparar fichas técnicas bem escritas e precisas é parte importante do trabalho do chefe de cozinha pois incluem muito mais do que os nomes dos ingredientes e os passos da preparação. As fichas técnicas estabelecem o rendimento total, o tamanho das porções, as práticas de reter e servir os pratos, informações sobre como dispor os alimentos no prato, e estabelecem padrões para as temperaturas e tempo de cozimento. Esses padrões ajudam a assegurar qualidade e quantidade consistentes, permitindo aos chefes monitorar a eficiência de seu trabalho e reduzir custos e eliminando perdas. Para efectuar os cálculos de cada prato, há que ter em conta o custo de energia e gás, a mão-de-obra, o preço de compra do produto, e o factor multiplicador.

Elas também permitem que os empregados de mesas e familiarizem com o prato, para serem capazes de responder às perguntas dos clientes com precisão e honestidade.

Todos os gestores do sector *F&B* (Food and Beverage) devem conhecer e aprender a elaborar e principalmente enfrentar as barreiras, para que sejam implementadas nos casos dos pratos/produtos elaborados pela casa, estes podem ser consideradas como um dos mais importantes documentos para o restaurante. Pois é através dela que se regista todo o processo da elaboração dos pratos, bem como as matérias-primas utilizadas, suas quantidades e o seu valor total de produto.

Assumindo basicamente duas funções básicas:

- Gestão: indica todos os custos de matéria-prima inerente aquela preparação (ficha técnica de custo).
- Operacional: identifica todas as etapas da produção do prato, além de exibir uma fotografia do prato montado (ficha técnica de receituário). Por isso

também exerce um papel fundamental que é o de manter a padronização dos pratos.

**Elementos que uma ficha técnica deve ter:**

- ✓ Nome e Título do item ou prato Exemplo:
- ✓ Informações sobre o rendimento (expresso de forma conhecida: peso total, volume ou porções).
- ✓ Informações sobre a porção de cada prato, expressas em uma ou mais forma (itens (contagem), volume, peso).
- ✓ Nome dos ingredientes, expressos em detalhe, especificando variedade, marca ou região (conforme necessário).
- ✓ Medida dos ingredientes, expressa em uma ou mais formas (contagem, volume, peso).
- ✓ Instrução para a preparação dos ingredientes, o verbo deve estar sempre no infinitivo, algumas vezes incluídas com o nome do ingrediente, outras vezes no modo de preparo:
- ✓ Informação sobre o equipamento para a preparação, cozimento, armazenamento, retenção e serviço.

**Elaboração da ficha técnica**

- Especificar passos da preparação, detalhando o mise-en-place, métodos de cocção e temperaturas para o manuseio seguro do alimento.
- Informações sobre o modo de servir, descrevendo como terminar e dispor a comida no prato, acrescentando acompanhamentos, molhos e guarnições se houver, e listando as temperaturas apropriadas para servir.

- Informação sobre a retenção e o reaquecimento, descrevendo procedimentos equipamentos, tempos e temperaturas para um armazenamento seguro.
- APPCC - Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle. Indicando temperatura e tempo dos procedimentos seguros no manuseio dos alimentos durante o stock, preparação, retenção e reaquecimento.
- Outras informações como fotos, imagens, toques individuais e pessoais e finalizações podem ser colocados na ficha técnica.

Por exigir um certo tempo para que sejam elaboradas, e pela desinformação gerada, pela falta de profissionalização, poucos restaurantes se dão ao trabalho de elaborar fichas técnicas dos seus pratos.

O gestor não se deve prender a um ou outro modelo de ficha técnica, uma vez que a sua composição deve se adequar conforme a necessidade e o perfil do seu restaurante e das suas divisões internas, portanto, ninguém melhor que o gestor e a sua equipe de cozinha para definirem o modelo mais condizente com o estabelecimento.

A preocupação com a conservação, higiene e limpeza nos hotéis deve ser constante, principalmente na cozinha do restaurante. Com isso, um pequeno deslize por falta de higiene, seja no momento da manipulação de alimentos, ou do próprio colaborador, pode implicar em uma série de problemas, entre elas a intoxicação alimentar.

Os Chefes e Gerentes de Alimentos & Bebidas necessitam estar atentos e saber se os produtos de limpeza e conservação dos equipamentos e utensílios de cozinha industrial seguem todas as regulamentações legais impostas pela Vigilância Sanitária e se os funcionários conhecem os critérios de segurança adequados ao manuseio desses materiais. Esse tipo de cuidado faz com que o hotel diminua os riscos de acidentes e eventuais contaminações dos alimentos preparados nas cozinhas e evitando situações de desconforto, priorizando um serviço de qualidade aos hóspedes e clientes. Cada área possui uma necessidade própria e exige um produto específico

visando segurança e bem-estar de toda a cozinha, como pisos, equipamentos, utensílios, uniformes, entre outros.

A manutenção dos equipamentos da cozinha do hotel é também outro requisito de extrema importância para trazer mais segurança na preparação dos alimentos, que consequentemente trará um equipamento economicamente funcional e viável gastronomicamente ao empreendimento. Actualmente é inadmissível uma cozinha moderna não ter equipamentos de aço inoxidável ou mesmo de prataria, encontrados nos restaurantes mais sofisticados. Estes itens facilitam tanto no desenvolvimento de cardápios como na preparação dos mesmos. Também auxiliam na limpeza, armazenagem, economia de produtos de limpeza, a qualidade é sem dúvida fundamental para que um determinado produto, mesmo sendo de aço inoxidável, não enferruje, ou uma solda mal feita venha ocasionar um grave acidente na cozinha.

### **Produtos Sobrantes**

Segundo Monteiro (2002,pag.67) “os produtos sobrantes classificam em três tipos distintos:-**sobras, restos e detritos**. As **sobras** são alimentos confeccionados em excesso para determinadas quantidades ou porções e após o fornecimento destas. Em geral não se encontram contaminadas ou estão livres do desenvolvimento bacteriológico. As sobras quando não contaminadas por poluentes, se não saíram do local de confecção, poderão ser consumidas posteriormente, e até 48horas após confecção se forem convenientemente acondicionados no frio.

Os **restos** são alimentos confeccionados e distribuídos, os quais, não foram consumidos, na totalidade, pelas pessoas. Encontram-se contaminados bacteriologicamente por quem os consumiu parcialmente. Os restos nunca devem ser reutilizados na alimentação humana, sob risco de propagação de doenças infecto-contagiosas.

Os **detritos** são produtos resultantes da preparação de alimentos e considerados impróprios na alimentação humana.

Os restos e detritos deverão ser acondicionados em recipientes próprios individuais (contentores, baldes de plástico, sólidos, etc.) e eliminados pelo triturador ou alimentação para animais, mas até ao dia seguinte da confecção, sob risco de provocar doenças.”

### **Factores a ter em conta para evitar o desperdício**

#### **Internos**

- A observação desde a chegada da matéria-prima passando pelo stock
- Manipulação dos alimentos
- Manutenção constante dos equipamentos
- O Cardápio do dia
- Os recursos humanos

#### **Externos**

- A meteorologia
- Possíveis eventos na cidade

### **2.2.3 Normas HACCP(Hazard Analysis Critical Control Points)**

De forma a proteger a saúde do consumidor, a união Europeia adoptou a Directiva 93/43/ CEE do conselho de 14 de Junho de 1993 delatava á higiene dos géneros alimentícios para consumo humano, transcrita a nível nacional pelo Decreto lei nº 67/98 de 18 de Março. A legislação comunitária recomenda a aplicação da metodologia baseada nos princípios de Analise de perigos e pontos críticos de

controlo, por parte dos operadores do sector alimentar, de forma a assegurar a colocação de alimentos sãos e seguros no mercado.

O HACCP é uma ferramenta utilizada para avaliar os perigos, estimar os riscos e estabelecer as medidas de controlo específicas que dão ênfase à prevenção e controlo em detrimento da confiança no ensaio do produto final e nos tradicionais métodos de inspecção (altos custos, resposta lenta e baixa garantia de segurança).

Assim, as principais vantagens do HACCP são:

- Facilitar as trocas e promover a confiança e a estabilidade no comércio internacional
- Promover a confiança do consumidor cada vez mais atento e exigente
- Evitar prejuízos económicos
- Promover a protecção da saúde pública
- Fazer cumprir a legislação e os requisitos do mercado
- Diminuir custos sociais a nível de saúde

### **Os 7 princípios do HACCP**

1. Identificar os perigos e medidas preventivas
2. Identificar os pontos críticos de controlo
3. Estabelecer os limites críticos para cada medida associada cada PCC
4. Monitorar/Controlar cada PCC
5. Estabelecer medidas correctivas para cada caso de limite em desvio
6. Estabelecer procedimentos de verificação

7. Criar sistema de registo para todos os controlos efectuados

### **Qual a importância da implementação de um código de boas práticas?**

**Código de boas práticas** – Conjunto de boas práticas de modo a não comprometer a segurança ou inocuidade dos alimentos.

A maioria das toxinfecções alimentares tem a sua origem em superfícies, utensílios de cozinha e mãos contaminadas e na contaminação cruzada, em particular de alimentos já cozinhados e prontos para consumo junto dos alimentos crus.

As pessoas que de alguma forma contactam com os alimentos nas diversas fases da sua produção, são portadores de microrganismos que podem contaminar os alimentos e provocar doenças a quem os consome. Os microrganismos estão presentes, vivem e desenvolvem-se em diversas partes do corpo (cabelo, nariz, boca, garganta, intestinos, pele, mãos e unhas) e mesmo que a pessoa apresente um estado de saúde normal, sem sintomas de qualquer doença, existem sempre no seu corpo microrganismos que se forem ingeridos podem provocar doenças.

O pessoal que manuseia alimentos deve ser supervisionado e dispor de instrução e/ou formação adequadas para o desempenho das funções.

Os responsáveis pelo processo de segurança alimentar devem receber formação adequada na aplicação dos princípios do sistema.

### **Higiene e segurança na Cozinha**

Os microrganismos são habitantes naturais do corpo humano e se os manipuladores de alimentos não tiverem cuidados de higiene especiais, podem contaminar os alimentos. A pele, o nariz e o tracto, são os principais locais de desenvolvimento microbiano no corpo humano. Por isso, é fundamental que os manipuladores mantenham um elevado grau de higiene e evitem atitudes não higiénicas durante a preparação dos alimentos.

Os manipuladores de alimentos devem entender a higiene como uma forma de proteger a sua saúde e a dos consumidores, assim como os comportamentos adoptados durante a manipulação, pois são um dos principais veículos de contaminação dos alimentos.

Uma boa higiene e um comportamento adequado, evitam a contaminação dos alimentos a nível biológico (exemplo: microrganismos), químico (exemplo: detergentes), e físico (exemplo: cabelos). Um código de boas práticas, bem implementado evita a ocorrência dos riscos associados à produção e confecção de produtos alimentares. Esse código deverá ser adoptado por todas as pessoas que se encontram na unidade.

**Manipuladores de alimentos** – Todos aqueles que, pela sua actividade profissional, entram em contacto directo com alimentos, isto é, ao pessoal empregado na preparação e embalagem de produtos alimentares, na distribuição e venda de produtos não embalados e na preparação culinária de alimentos em estabelecimentos onde se confeccionam e servem refeições ao público em geral ou a colectividades, bem como aos responsáveis pelos referidos estabelecimentos.

- Em que os alimentos crus podem ser veículos de contaminação, especialmente as carnes, os mariscos e vegetais.
- Insectos e roedores, podem transportar bactérias perigosas e pelos seus hábitos devida facilmente contaminam os alimentos.
- Animais domésticos e Aves, no pêlo dos animais domésticos e nas penas das aves podem existir bactérias, por isso, que não é permitido a sua entrada ou permanência nos locais onde se manuseiam os alimentos.
- Alimentos de altos riscos, que pela sua composição permitam o desenvolvimento rápido das bactérias
- Carnes de animais de talho e carne de aves;
- Ovos;
- Produtos de pastelaria, principalmente bolos com cremes;
- Alguns molhos e maionese.



**Por isso deve-se ter o cuidado de:**

- ✓ Manipular o menos possível os alimentos;
- ✓ Usar pinças ou luvas sempre que se justifique;
- ✓ Evitar o contacto directo das mãos com os alimentos;
- ✓ Separar alimentos crus dos alimentos cozidos;
- ✓ Separar os alimentos de origem animal dos vegetais;
- ✓ Evitar usar a mesma faca ou a mesma tábua de corte para a preparação de alimentos crus e cozidos;
- ✓ Cozinhar bem os alimentos;
- ✓ Manter os alimentos fora da zona de perigo (entre 5°C e 65°C);
- ✓ Evitar o contacto dos alimentos com os equipamentos, utensílios ou superfícies de trabalho que se encontram sujas.
- ✓ Limpar e desinfetar o equipamento, utensílio e superfície de trabalho após a sua utilização.

**Técnicas de Refrigeração e Congelação**

Convencionou-se chamar conservação de alimentos perecíveis por refrigeração ao processo que envolve a utilização de temperaturas próximas de 0 °C, tendo como principal finalidade eliminar ou retardar a acção dos agentes tais como: enzimas, microrganismos, bactérias, fermentos e fungos.

Em conservação os produtos alimentares podem ser agrupados em duas categorias gerais:

- a) Aqueles que ficam vivos durante o período de armazenagem refrigerada, tais como, frutas, vegetais, etc.
- b) Aqueles que não ficam vivos, como o peixe, a carne, aves, mariscos, etc.

### Definições:

- **Refrigerar** é um processo de conservação de alimentos num frigorífico, por tempo limitado, em temperaturas compreendidas entre  $+1^{\circ}\text{C}$  e  $+7^{\circ}\text{C}$ .
- **Gelar** é um processo que ocorre entre  $-4^{\circ}\text{C}$  e  $+2^{\circ}\text{C}$ , quando os líquidos existentes nos alimentos solidifiquem lentamente, formando grandes cristais que rompem as paredes celulares, modificando a aparência, textura e qualidade dos alimentos. É conhecido como o período crítico e perigoso para os alimentos, não oferecendo quaisquer garantias para a sua conservação.
- **Congelar** é um processo no qual as temperaturas dos alimentos baixam muito rapidamente fazendo com que a água existente nos produtos congele em pequenos cristais, de forma a não danificar os alimentos. As temperaturas de serviço deverão ser sempre abaixo dos  $-2^{\circ}\text{C}$ , sendo necessárias duas a 4 horas para que o núcleo do alimento atinja aquela temperatura. A partir daqui, cessam as acções enzimáticas e bacterianas.

Pode então dizer-se, que o alimento *dorme* ou *estacione* enquanto está congelado e acorde com a descongelação, voltando a ser quase igual ao que era antes.

Por isso, deve-se congelar sempre produtos de 1ª qualidade.

### 2.2.4 Cardápio

O termo cardápio segundo Houaiss e Villar( 2004, pag.623) é um neologismo criado em 1899 pelo filósofo brasileiro António de Castro para substituir o termo francês “menu”. No seu sentido original Cardápio significa, carta, ementa, lista, preçário. Os primeiros menus franceses surgiram com a finalidade de estabelecer uma ordem na lista dos pratos a serem servidos, além de dar ao comensal um conhecimento prévio do que era proposto para comer e beber.

Muitas empresas preocupam-se com a estrutura do local, com equipamentos de alta tecnologia para facilitar seus processos e garantir qualidade do produto, outros focam no atendimento ou no preço baixo. Porém muitos, esquecem-se de um importante aliado na hora de vender que é o Cardápio.

Segundo Magneé,(1996), o cardápio é a ferramenta que inicia todo o processo produtivo por isso deve ser planeado desde o início da abertura do restaurante. A partir dele é que se determinará o que será produzido, quando, em que quantidade, com que matérias-primas, com que equipamentos, quais os procedimentos e por quem.

A elaboração de um cardápio adequado, bem trabalhado e coerente com o público-alvo é uma das ferramentas de marketing que é utilizada em hotelaria para ajudara alavancar e a impulsionar as vendas do sector de alimentos e bebidas. O “ layout” de um menu deve merecer cuidados especiais no que diz respeito á composição, redacção e apresentação, porque isso pode influenciar o julgamento dos clientes e ajudar na construção de impressões sobre os serviços hoteleiros oferecidos.

A capa e as cores escolhidas para compor um cardápio ou menu devem reflectir a imagem do restaurante, auxiliando na identificação de sua tipologia, coerentes com o ambiente. Em primeiro lugar, a escolha do papel adequado é o primeiro passo para a confecção e sucesso de um cardápio. Este deve resistir ao manuseio frequente e ao rápido desgaste do conjunto, o ideal é que o estabelecimento comercial confeccione cardápios novos a cada três meses.

O cliente tem que ter a disposição o maior número de informações sobre os ingredientes que compõem os pratos trabalhados no menu. Isso faz com que as escolhas sejam feitas com maior facilidade e os serviços, agilizados. Deve-se também evitar o uso de "nomes fantasias" de pratos e o uso frequente dos termos "à/ao" deve ser restrito, principalmente em pratos escritos em língua estrangeira. Além disso, o cuidado com erros de ortografia é essencial para não denegrir a imagem do estabelecimento e complicar na hora da retirada do pedido pelos empregados de mesa.

O cardápio pode estar recheado de atracções visuais (fotos e ilustrações), tácteis (figuras com relevos) e ofertas aos clientes. Todas essas estratégias inseridas no menu servem como mola propulsora para as vendas locais.

Se o objectivo maior da hotelaria é satisfazer as necessidades de seus hóspedes, então não podemos desprezar as crianças, que são clientes potenciais. Para elas, a confecção de um cardápio infantil e especial se torna necessário. O visual neste caso é factor chave de sucesso. A utilização de cores quentes (amarelo, vermelho, laranja),

personagens infantis e a possibilidade de interacção com o cardápio são essenciais para mantê-las entretidas e facilitar a aproximação com futuros clientes.

Os termos utilizados devem ser simples, de fácil compreensão, bem como os pratos trabalhados. As porções devem ser adequadas às crianças e os preços ajustados a tais porções. Por isso, não há necessidade de uma extensa oferta de pratos, basta três ou quatro que atendam às exigências dos pequenos consumidores.

Outros produtos trabalhados nos cardápios e que são grandes geradores de caixa são as sobremesas e as bebidas alcoólicas, por isso a necessidade de reservar um espaço para eles ou, ainda, desenvolver um cardápio especial de bebidas ou uma carta de vinhos. Ganha-se muito a cada dose servida ou a cada fatia de torta holandesa vendida, e ninguém resiste a um carrinho de sobremesas passando entre as mesas ou fotos realistas que aguçam os olhos de glutões e fazem a alegria dos adeptos da refeição completa.

O importante é saber fazer uso do cardápio para auxiliar na venda de produtos e ter consciência de que um menu bem trabalhado é uma ótima ferramenta promocional para o restaurante e também para o hotel.

### **Planeamento e execução do cardápio**

O planeamento do cardápio é de fundamental importância para execução e avaliação das preparações e a garantia de uma refeição variada e balanceada que satisfaça as necessidades nutricionais de cada indivíduo, portanto ao planear um cardápio devem ser levados em consideração os hábitos alimentares, o tipo de clientela, o período de safra dos alimentos, o orçamento e custo do cardápio, recursos humanos, disponibilidade de área, equipamentos e utensílios utilizados durante a produção, facilidade de abastecimento, e o mercado.

O objectivo do planeamento do cardápio é manter a saúde do comensal através de uma alimentação balanceada de forma a suprir as necessidades nutricionais e de energia, garantindo ao indivíduo saúde e capacidade física para o desenvolvimento das suas actividades.

Elaborar um cardápio não é tarefa muito fácil exige muita experiência por parte do chefe de cozinha e do gestor.

O cardápio representa a imagem do restaurante e sua identidade gastronómica. A definição das produções gastronómicas (receitas) que farão parte do cardápio, precisam ficar alinhadas com o público-alvo, hábitos e cultura local, criando um conjunto harmonioso.

Antes de seleccionar os pratos (receitas) que farão parte do cardápio é necessário executar uma pesquisa, para que seja definido, o tipo de cozinha a ser executada por exemplo se será internacional, mediterrânea, fusion-food, regional, contemporânea etc.

Outro dado importante nesta fase de planeamento é definir o tipo de serviço, se será A La carte ou Buffet.

Estas definições dependerão muito dos dados sobre o mercado. Depois de definir o tipo de cozinha o tipo de serviços, deve-se pesquisar livros, sites de receitas ou elaboração própria da receita e seleccionar os pratos que farão parte das opções da carta

Na execução do cardápio devemos ter alguns cuidados com a higiene dos alimentos, dos utensílios e equipamentos, também é necessária uma atenção especial para a higiene do espaço onde se preparam e distribuem as refeições, pois a qualidade final do alimento depende destes factores para ser segura. O local em que são executadas e distribuídas as refeições deve ser de fácil higienização pois os mesmos deverão ser lavados diariamente depois de produzidas e servidas as refeições.

### **Leis da Alimentação**

O planeamento de cardápios deverá obedecer as leis de nutrição ou seja:

1. Quantidade: a dieta deve fornecer diariamente ao individuo a quantidade de alimentos necessários ao funcionamento do organismo, a preservação da espécie e manutenção da saúde.

2. **Qualidade:** os alimentos devem ser fornecidos num grau de maturação adequado, ser isentos de contaminação de qualquer espécie, e ser conservados sob condições específicas de conservação e consumidos sob condições adequadas de higiene. Os alimentos devem ter macro e micro nutrientes necessários ao bom funcionamento do organismo em quantidades adequadas
3. **Harmonia:** esta característica diz respeito ao equilíbrio que deve haver no consumo de alimentos, a fim de fornecer os nutrientes, respeitando-se a disposição proporcional destes nutrientes na dieta. Esta medida resulta numa dieta equilibrada. Explica também por razões metabólicas, a necessidade de equilíbrio entre os nutrientes.
4. **Adequação:** entende-se por esta lei que a dieta deve ser adequada ao indivíduo, levando-se em consideração os factores que interferem no cálculo da dieta tais como: peso, altura, género, gasto energético, clima, disponibilidades dos alimentos, condições socioeconómicas e culturais, estado fisiológico do indivíduo, e ao tipo de colectividade.

Existem dois tipos de fichas técnicas, uma de produção que trata de ensinar as bases e padronizar pratos, acertar quantidades e a de gestão, que apresenta valores de custo de cada ingrediente, que compõe os pratos

Após os testes de degustação e montagem dos pratos que irão compor a lista de opções apresentadas poderá se fazer uma projecção das vendas, receitas e custos de matéria-prima, utiliza-se uma ferramenta de gestão chamada engenharia de cardápio, nela será apresentado dados retirados das fichas técnicas.

### **Engenharia de cardápio ou “menu engineering”**

Foi desenvolvida no início de 1980 por dois americanos, Kasavana e Smith, professores de administração da escola de restaurante e hotelaria da universidade de Michigan. Desde então, esta metodologia tem sido amplamente utilizada pela indústria do foodservice. Com a Engenharia do Cardápio você tem meios para criar um plano para impulsionar as vendas, reduzir custos, aumentar a satisfação de seus clientes e principalmente aumentar os lucros do seu restaurante.

A Engenharia do Cardápio proporciona muitos ganhos, pois ajuda a decidir se determinados itens devem ser mantidos ou retirados do cardápio, como também ajuda a determinar quais itens estão com a margem de lucro baixa e quais deles precisam ser reposicionados no cardápio para ganhar mais popularidade.

## **2.3 Tarefas Práticas Realizadas**

### **2.3.1 Economato**

**Tarefa 1-** Fornecimento das requisições - Todos os dias ao chegar ao hotel era preciso dar as requisições feitas pelas respectivas secções e assinalar as que foram dadas.

**Tarefa 2-** Conferencia das comandas - todos os dias fazia-se a conferencia das comandas baseando no relatório de vendas do restaurante, bar e snack – bar conferindo se todos os pratos foram lançados.

**Tarefa 3-** Compras - todas as quintas feiras juntamente com a ecónoma ia para a cidade fazer as compras. Os primeiros produtos a serem comprados eram os produtos como peixes, carnes, frutas, legumes e ovos e regressar ao hotel isto porque o hotel não tem um veículo apropriado para estes produtos. Depois regressar de novo a cidade para se fazer as restantes compras. Antes de se regressar ao hotel conferia-se se os produtos para se ver se estavam tudo em ordem.

**Tarefa 4-** Armazenagem dos produtos - feito a conferencia das facturas passava-se a face da armazenagem. Os produtos eram armazenados conforme o género e respeitando a ordem FIFO (First in First out).

### **2.3.2 Cozinha**

**Tarefa 1-** Preparação do pequeno – almoço - juntamente com a pessoa responsável pelo pequeno-almoço fazia-se a preparação das panquecas, dos ovos estrelados e mexidos, das fatias douradas, do bacon e salsichas fritas etc.



**Tarefa 2-** Mise-en-place para o almoço - consistia em descascar legumes e verduras, fazer a lavagem dos produtos para se fazer as saladas e ajudar na preparação do menu do dia.

**Tarefa 3-**Preparação do pequeno-almoço do pessoal- só quem tinha direito ao pequeno – almoço era o pessoal que vinha as 7 e as 8 horas.

**Tarefa 4-**Empratamento dos pratos – conforme os pedidos ajudava o pessoal a emprar os pratos com as diferentes saladas e ajudava nos pedidos das sobremesas e no que fosse necessário.

### **2.3.3 Restaurante**

**Tarefa 1-**Aquisição da lista dos hóspedes na recepção

**Tarefa 2-**Terminar o mise-en place do pequeno-almoço depois do jantar o pessoal preparava o mise-en-place do pequeno-almoço mas as vezes não terminava por falta de algum utensílio então era preciso completar no dia seguinte. O mise-en-place consistia em uma faca de sobremesa á direita, um garfo de sobremesa á esquerda e uma colher de sobremesa, uma colher pequena para o café á frente, guardanapos de papel e açúcar em pacotes.

**Tarefa 3-** Preparar a mesa de buffet- a preparação consistia em limpar as mesas, colocar toalhas limpas, depois colocar as máquinas com café, água quente, leite, sumos e todos os outros alimentos, também colocar chávenas, copos e pratos na bancada.

**Tarefa 4-**Controlar a mesa de buffet - a medida que os hóspedes vão chegando e tomando o pequeno-almoço é preciso repor os alimentos para que não haja ruptura.

**Tarefa 5-**Preparar o mise-en-place para o almoço e jantar - consistia em colocar uma faca de carne á direita, um garfo de carne á esquerda, um prato de pão com uma faca

de manteiga á esquerda com um copo de água e de vinho á direita e um guardanapo de fazenda no meio.

**Tarefa 6-** Escolher a ementa para o Buffet- juntamente com a Assistente de F&B fazia-se a escolha dos pratos que iam fazer parte da ementa. Era preciso ter em conta dois pratos de carne (branca e vermelha), dois pratos de peixe, um prato de massa, guarnições, entradas e sobremesas.

**Tarefa 7-** Servir os clientes

**Tarefa 8-** Efectuar requisições para o bar, restaurante e snack- bar- era preciso preencher um documento para se fazer as devidas requisições do havia falta e entregar ao economato.

#### **2.3.4 Bar**

**Tarefa 1-**Contagem diária das bebidas-consistia em fazer a contagem de todas as bebidas do bar e restaurante para se poder fazer a comparação com as quantidades vendidas do dia anterior e a soma deve dar igual a existência inicial.

**Tarefa 2-** Servir bebidas como cafés, imperiais e caipirinhas.

## **Capítulo III – Apreciação Crítica**

### **3.1 Áreas de Identificação com o Curso**

Durante o curso tive varias disciplinas que me ajudaram a entender melhor o funcionamento de um hotel mais especificamente no Departamento de F&B e que foi uma mais-valia durante o estagia e durante a realização deste relatório. Dentre elas estão Gestão de Alimentos e Bebidas, Gestão da Qualidade, Operações Turísticas, Marketing Hoteleiro, Nutrição e Higiene Alimentar, Animação Turística.

### **3.2 Analise das Competências Adquiridas**

O estágio profissional foi muito proveitoso porque permitiu adquirir competências que serão úteis na minha vida laboral futura. Os objectivos inicialmente traçados não foram conseguidos na totalidade mas não impedindo-me de ser capaz de desempenhar as funções inerentes a este departamento.

Durante o decorrer do estágio tive a oportunidade de efectuar tarefas referentes a todas as secções permitindo adquirir o conhecimento das práticas operacionais do departamento de F&B.

Algumas competências adquiridas durante esse estágio:

- Ser capaz de elaborar uma ficha técnica dos pratos
- Avaliar a rentabilidade e popularidade dos pratos que constam na ementa
- Planear e organizar eventos em função da demanda
- Reconhecer os diferentes serviços referentes a este departamento e sua importância na satisfação dos clientes
- Saber descrever e conhecer as partes que compõem as áreas de estágio ao nível dos componentes estruturais e funcionais dos elementos integrantes
- Saber se comportar na execução das tarefas referentes a todas as secções
- Definir politica comerciais para o aumento das receitas

- Gerir e controlar os recursos humanos e materiais em função das necessidades e dos objectivos traçados
- Saber como é o processo de compra, recepção, armazenagem e expedição de mercadorias neste hotel.

### 3.3 Análise crítica do Departamento de F&B do Resort Hotel Foya Branca

No Hotel Foya Branca vamos encontrar dentro do departamento de F&B alguns pontos fortes que a empresa deverá continuar a potencializar e alguns pontos fracos que deverá eliminar ou melhorar.

#### **Pontos fortes**

- **Bom ambiente de trabalho** - a maioria dos funcionários transmite um agradável ambiente de trabalho, aspecto fulcral para as secções de restaurante e bar onde há necessidade de haver um bom trabalho de equipa. Por outro lado este factor vai influenciar no atendimento ao cliente, pois o serviço realiza-se de forma mais eficaz.
- **Serviço prestado ao cliente** - os empregados prestam um bom serviço aos clientes, desde a chegada até a saída, tendo sempre a atenção de fazer com que o cliente saia do restaurante satisfeito.
- **O menu do Hotel** - o hotel possui um menu agradável, com pratos deliciosos que vão de acordo com as expectativas dos seus clientes. A chefe de cozinha é uma excelente profissional e que tem sempre como objectivo fazer o seu trabalho da melhor forma para satisfazer melhor os clientes.

#### **Pontos fracos**

- **Formação dos funcionários** – a maioria dos funcionários no hotel possui pouca formação dificultando as vezes o serviço.

- **Falta de um chefe de compras** – o hotel não possui um chefe de compras, e quem realiza este trabalho é a própria ecónoma acarretando muito trabalho.
- **A manipulação dos alimentos** - pôde-se verificar que apesar de o hotel ter as condições para que a manipulação dos alimentos seja feita da forma correcta ainda muitos funcionários não cumpriam as regras estipuladas

### **3.4 Dificuldades Encontradas**

Durante o decorrer o estagiário teve dificuldades em acompanhar de uma forma continua todos os serviços realizados no hotel isto porque o tempo não permitia devido as aulas que tinha logo a seguir ao estágio.

No decorrer do trabalho a maior dificuldade foi encontrar livros que ajudasse o estagiário a complementar o trabalho mas com alguma paciência encontrou algumas.

### **3.5 Recomendações/Sugestões**

Estas sugestões se referem aos pontos fracos mencionados na análise critica.

1ª Sugestão - o hotel deveria apostar mais em formações principalmente em relação ao ensino das línguas estrangeiras e incentivar os funcionários a participar nelas, com isso o hotel só terá a ganhar.

2ª Sugestão - O hotel deveria contratar um chefe de compras visto que seria uma mais-valia para o hotel e tendo pessoas diferentes a comprar e a receber poderá evitar possíveis fraudes.

3ª Sugestão - consciencializar os funcionários dos riscos advindos quando não se faz a correcta manipulação dos alimentos, riscos esses para os clientes consequentemente para o hotel e o próprio funcionário

## **CONCLUSÃO**

Pode-se concluir que o departamento de F&B é um departamento muito relevante dentro dos hotéis em que cada vez mais os clientes regressam de novo aos hotéis devido aos serviços relativos a este departamento contribuindo para o aumento das receitas. Os gestores estão atentos a isso e cada vez mais vê-se a preocupação em melhorar a qualidade neste departamento.

Trabalhar na hotelaria merece uma sensibilidade maior, ainda mais neste departamento porque está-se a mexer com os gostos e preferências das pessoas é por isso que ter bons colaboradores é muito importante.

Em relação ao estágio em si poderá dizer-se que decorreu da melhor forma, os colaboradores do hotel sempre se mostraram disponíveis a me explicar aquilo que sabiam. O estágio permitiu fazer a comparação entre o que aprendi na teoria com a realidade laboral, e o que se constatou-se é que nem sempre há sintonia entre os dois.

O Resort Hotel Foya Branca é no geral um estabelecimento bem estruturado com eficientes sistemas de Gestão e controlo, com trabalhadores capazes transmitindo assim confiança no que fazem. Constatou-se que ainda existe algumas lacunas a serem preenchidas como é o caso dos recursos humanos.

No geral o estágio foi enriquecedor e gostei muito de ter escolhido o departamento de F&B como área de estágio.

## BIBLIOGRAFIA

- **AI QUINTAS**, Manuel (1988). *Tratado de hotelaria*. Lisboa: Instituto nacional de formação turística
- **CARLOS E.O. NUNES** (2005) – Gestão Hoteleira: Equipamentos e Manutenção. Edições CETOP
- **CASTELLI**, Geraldo (2003). *Administração Hoteleira*. 9ª edição. Brasil: EDUCS- Editora da Universidade de Caixa do Sul
- **CARVALHO**, José Crespo de (2010). Logística e Gestão da Cadeia de Abastecimento. 1ª edição. Lisboa: Edições Sílabo, LDA
- **JANEIRO**, Joaquim António (1997). – Guia Técnico de Hotelaria. 3ª edição. Edições CETOP
- **H.C.Cracknell** (1996) – G.NOBIS Manual Prático do serviço de Restaurantes. 4ª edição. Edições CETOP-Centro de ensino Técnico Profissional à Distância, LDA.
- **HOUAISS E VILLAR** (2004) Dicionário da língua portuguesa
- **MAGNÉE, H.M.** (1994) Manual do Self-Service. São Paulo. Livraria Varela
- **MONTEIRO**, Victor (2002). Técnicas de Hotelaria-Higiene, Conservação e Congelação de Alimentos. Lidel, edições técnicas.
- **MOSER**, Francisco (2002). *Manual de Gestão de Alimentos e Bebidas*. Edições CETOP – Centro de Ensino Técnico Profissional à Distância, LDA.
- **SOUSA**, Maria José, **DUARTE**, Teresa, **SANTOS**, Pedro (2006). *Gestão de Recurso Humanos*. 2ª edição. Lisboa: editora lidel

## Internet

- <http://www.foyabranca.com,2013-11-13,16:30>
- <http://www.raulvalente.pt/historia-da-hotelaria/,2014-11-13,12:20>

## Anexos

### Anexo 1 Quadro de Recursos humanos do departamento de F&B

Descrição	Quantidade
Assistente de Direcção de F&B	1
Chefe de compras	-
Ecónomo	1
Chefe de restaurante	1
Sub-Chefe de restaurante	1
Empregado de mesa 1	2
Empregado de mesa 2	2
Estagiário	5
Chefe de Cozinha	1
Sub-Chefe de Cozinha	1
Cozinheiro 2	1
Cozinheiro 3	2
Ajudante de cozinha	4
Pasteleiro	1
Copeira	2

**Elaboração Própria**



**Anexo 2 Quadro de ficha tecnica**

<b><u>Ficha de cozinha</u></b>  <b>Prato:</b>  <b>Aplicação:</b> Restaurante  <b>Nº de doses:</b> 1  <b>Preço de venda:</b>  <b>Liquido dose:</b>			<b>Fotografia</b>	
<b>Quant.</b>	<b>Peso</b>	<b>Produtos</b>	<b>Preço unit.</b>	<b>Total</b>
<b>Custo Total:</b> <b>Custo Dose:</b> <b>Rácio%:</b>				
<b><u>Preparação:</u></b>				
<b><u>Formas de Servir:</u></b>				

**Elaboração Propria**

**Anexo 3 Quadro de fornecedores do Hotel**

<b>Nome de Fornecedores</b>	<b>Géneros de produtos que fornecem</b>
Copa, SA Bento Antonio Lima, Lda Semedo & Semedo Serradas	Produtos alimentícios, bebidas, de limpeza e tabacos
Cavibel	Refrigerantes e cervejas
Open market	Frutas e congelados
Talho fauna	Carnes e enchidos
Talho pimentas e verduras	Carnes e enchidos
Talho esperança	Carnes e enchidos
Sra. Margarida	Peixes e mariscos
Sra. Ranha	Legumes e hortaliças
Dina furtado	Produtos alimentícios
Dantas & Dantas	Produtos congelados
Eloy Neves	Produtos alimentícios
Itom	Produtos alimentícios, bebidas, e de limpeza
Toy Duarte	Produtos alimentícios
Casa do queijo (S.Pedro)	Queijo de terra

**Elaboração Propria**

**Anexo4 - Controlo Diário Das Bebidas do Restaurante/ Snack Bar**

Data	_____/_____/____				
Produtos	StockFixo	Inventário	Quant.vendida	Requisição	Existência

**Elaboração Propria**



**Anexo 6 Pesagem de pão**

PESAGEM DE PÃES				
INGREDIENTES	CARCASSAS	TRANÇAS	DOÇE/CÔCO	CHOURIÇO
AÇUCAR				
BANHO				
CHOURICO				
CÔCO				
FARINHA				
FARINHA INTERGRAL				
FERMENTO				
LEITE EM PÔ				
MELHORANTE				
ÓLEO				
OVOS				
SAL				

**Documento fornecido pelo Hotel**

**Anexo 7 Quadro da ficha de pequeno-almoço**

**RESPONSÁVEL:** \_\_\_\_\_

<b>COZINHA</b>	
<b>PRODUTOS</b>	<b>QUANTIDADES</b>
AÇUCAR	
BACON	
CANELA	
FARINHA DE TRIGO	
FIAMBRE	
LEITE EM PÓ	
MARGARIDA	
ÓLEO	
OVOS	
PÃO DE FORMA	
QUEIJO EDAM	
SALSICHA	
SUMO FOSTER	
MORTANDELA	
KIWI	
LARANJA	
MAÇA	
MELÃO	
PAPAIA	
PÊRA	
UVA	

**Documento fornecido pelo Hotel**